

Technická univerzita v Liberci
Hospodářská fakulta

Studijní program: M 6209 Systémové inženýrství a informatika

Studijní obor: Manažerská informatika

Alternativní teorie firem a jejich možná aplikace do podnikového prostředí.

Alternative Firm Theories: Can they be Applied in a Business Environment?

Číslo závěrečné práce
DP-MI-KIN-2009-25

LUKÁŠ MARŠÍK

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Marek Skála, Ph.D.

Katedra cizích jazyků

Konzultant: Ing. Aleš Kocourek, Ph.D.

Katedra ekonomie

Počet stran: 90

Počet příloh: 0

Datum odevzdání: 22.05.2009

Byl jsem seznámen s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li diplomovou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Diplomovou práci jsem vypracoval samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

V Liberci, 22. 05. 2009

vlastnoruční podpis

Poděkování

Rád bych poděkoval garantovi mé diplomové práce panu Ing. Mgr. Marku Skálovi, Ph.D. za veškerou pomoc a rady, které mi dopomohly k napsání této diplomové práce.

Také bych chtěl poděkovat svým rodičům, kteří mi umožnili absolvovat vysokoškolské studium.

Anotace

Diplomová práce se zabývá alternativními teoriemi, které vznikly jako reakce na diskrepanci mezi předpoklady neoklasické teorie firmy a skutečným charakterem současných firem. Cílem diplomové práce je posoudit, zdali alternativní teorie nabízejí přesnější popis chování firem a zdali jsou schopny neoklasickou teorii nahradit. V první části jsou analyzovány rozdíly mezi předpoklady neoklasické teorie firmy a skutečným stavem reálných firem v dnešních ekonomikách. V druhé části jsou charakterizovány jednotlivé modely alternativních teorií. Tyto modely jsou následně vyhodnoceny a porovnány s neoklasickou teorií, jsou vyzvednuty jejich výhody a nevýhody. Třetí část shrnuje závěry předchozích kapitol a zodpovídá otázky diplomové práce.

Klíčová slova: *alternativní teorie firmy, manažerské teorie firmy, behaviorální teorie firmy, model zaměstnanecké firmy*

Annotation

Diploma thesis deals with alternative theories that have arisen as a reaction to the discrepancy between assumptions of neo-classical theory of the firm and the actual state of the current companies. The aim of thesis is to assess whether alternative theories are offering a more precise description of the behavior of companies and whether they are able to substitute the neoclassical theory. In the first part, differences between assumptions of neo-classical theory of the firm and the actual state of real companies in today's economies are analyzed. Alternative theories are characterized in the second part. These models are then evaluated and compared to neoclassical theory. Characteristics of each model are followed by summary of the model which goal is to point out advantages and disadvantages of each model. The third part summarizes findings of each chapter and answers questions of the thesis.

Key words: *Alternative Theories of the Firm, Managerial Theories of the Firm, Behavioral Theories of the Firm, Theory of Labor-Managed Firm*

Obsah

PROHLÁŠENÍ	- 3 -
PODĚKOVÁNÍ	- 4 -
ANOTACE	- 5 -
ANNOTATION	- 6 -
OBSAH	- 7 -
SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK A SYMBOLŮ	- 8 -
SEZNAM OBRÁZKŮ	- 9 -
1. ÚVOD	- 10 -
2. SOUČASNÝ STAV FIREM A PŘÍČINY VZNIKU ALTERNATIVNÍCH TEORIÍ	- 13 -
2.1 VÝZNAM FIREM V MODERNÍCH EKONOMIKÁCH	- 13 -
2.2 NEOKLASICKÁ TEORIE FIRMY	- 15 -
2.3 KRITIKA NEOKLASICKÉ TEORIE	- 17 -
2.4 ALTERNATIVNÍ TEORIE JAKO REAKCE NA CHARAKTER SOUČASNÝCH FIREM	- 20 -
3. CHARAKTERISTIKA VYBRANÝCH ALTERNATIVNÍCH TEORIÍ	- 23 -
3.1 MANAŽERSKÉ TEORIE FIRMY	- 23 -
3.1.1 Scitovského model	- 24 -
3.1.2 Baumolův model	- 26 -
3.1.3 Williamsonův model	- 36 -
3.1.4 Marrisův model	- 50 -
3.1.5 Aplikovatelnost manažerských modelů firmy	- 57 -
3.2 BEHAVIORÁLNÍ TEORIE FIRMY	- 59 -
3.2.1 Simonův model	- 60 -
3.2.2 Cyertův a Marchův model	- 62 -
3.2.3 Doylův model	- 66 -
3.2.4 Aplikovatelnost behaviorálních teorií	- 69 -
3.3 WARDŮV MODEL ZAMĚSTNANECKÉ FIRMY	- 70 -
4. ZÁVĚR	- 79 -
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	- 89 -

Seznam použitých zkratek a symbolů

AC	průměrné náklady
AdC	náklady na reklamu
AE	objem reklamy
AR	průměrné příjmy
BL	rozpočtová přímka
FC	fixní náklady
g	míry růstu firmy
GPB	hranicemi možností růstu
i	úroková míra
I	velikost investic
IC	indiferenční křivka
IS	přímka konstantních dlouhodobých příjmů
K	kapitál
L	Práce
M	vedlejší výhody manažerů
MC	mezní náklady
MFC_L	mezní náklady na faktor práce
MR	mezní příjmy
MRP_L	příjem z mezního produktu práce
P	cena statku
Q	množství statku
r	renta
S	dlouhodobé příjmy (v Baumolově modelu)
S	výdaje na zaměstnance (ve Williamsonově modelu)
T	Daně
t	daňová sazba
T_A	autonomní daně
TC	celkové náklady firmy
TR	celkové příjmy firmy
v	míra zhodnocení
v₀	minimální míra zhodnocení
w	mzdová sazba (mzda)
π	zisk firmy
π₀	minimální požadovaná míra zisku
π_a	skutečný zisk
π_d	diskreční zisk
π_r	vykazovaný zisk

Seznam obrázků

Číslo obrázku	Název	Strana
Obr. 1	Scitovského model I	25
Obr. 2	Scitovského model II	26
Obr. 3	Statická verze Baumolova modelu	28
Obr. 4	Statická verze Baumolova modelu, jednotkové veličiny	29
Obr. 5	Analýza reklamy	32
Obr. 6	Baumolův model - dynamická verze	34
Obr. 7	Dopad zvýšení výdajů na zaměstnance na příjmy a výdaje firmy	38
Obr. 8	Williamsonův model I	39
Obr. 9	Williamsonův model II	44
Obr. 10	Williamsonův model III	47
Obr. 11	Křivka zisku a zhodnocení	54
Obr. 12	Marrisův model I	55
Obr. 13	Marrisův model II	56
Obr. 14	Simonův model	31
Obr. 15	Zóny tolerance	37
Obr. 16	Optimum zaměstnanecké firmy v krátkém období	73
Obr. 17	Optimum zaměstnanecké firmy při změně r	74
Obr. 18	Reakce zaměstnanecké firmy na změny mzdové sazby	75
Obr. 19	Reakce zaměstnanecké firmy na zvýšení ceny její produkce	76
Obr. 20	Křivky nabídky zaměstnanecké a neoklasické firmy v krátkém období	77

1. Úvod

Během posledních desetiletí byla neoklasická teorie firmy kritizována pro existenci značného rozdílu mezi firmou, kterou ve svých modelech předpokládá, a reálným charakterem firem v současných ekonomikách. Dnešní velké firmy a korporace jsou charakteristické složitou organizační a vlastnickou strukturou, dochází v nich k oddělení kontroly od vlastnictví. Moderní firma se na rozdíl od té neoklasické musí rozhodovat v prostředí nejistoty a samotné rozhodovací procesy jsou komplikovány existencí různých zájmových skupin uvnitř i vně firmy.

Tato kritika byla příčinou vzniku tzv. alternativních teorií firmy. Každá z těchto teorií se zaměřila na některé ze slabin neoklasické teorie a definovala nové vlastní modely, které měly být schopny lépe popsat chování dnešních firem.

Tyto modely mají společné to, že se na základě matematicko-grafické, či pouze verbální analýzy snaží vysvětlit, proč dnešní firmy neusilují o maximalizaci zisku. Avšak nejedná se o jednotný směr ekonomického myšlení, nabízející alternativu k neoklasické teorii, nýbrž o skupinu nejednotných, někdy dokonce navzájem se vyvracejících teorií.

Otázkou je, zda alternativní teorie nabízejí přesnější analýzu chování firmy, a zda jsou dokonce schopny neoklasickou teorii substituovat.

Diplomová práce se snaží odpovědět na tyto otázky:

- I. Jaké jsou hlavní rozdíly mezi moderní firmou a firmou, jejíž existenci předpokládá neoklasická teorie firmy, a jaký mají tyto rozdíly dopad na teorii firmy?**
- II. Vysvětlují alternativní teorie chování současných firem lépe než neoklasická teorie firmy?**

Cílem diplomové práce je rovněž ověřit platnost hypotézy, že alternativní teorie firmy nejsou schopny nahradit neoklasickou teorii firmy.

Pro zodpovězení otázek a ověření hypotézy byla stanovena následující struktura práce.

V první kapitole je nejprve krátce představena současná neoklasická teorie firmy. Následně jsou uvedeny oblasti, v nichž se neoklasické předpoklady výrazně odlišují od skutečnosti, popřípadě oblasti, které jsou neoklasickou teorií firmy naprosto opomíjeny.

Následující kapitola je zaměřena na charakteristiku, popis a zhodnocení zvolených alternativních teorií firmy. Rozsah diplomové práce neumožňuje popsat všechny alternativní teorie, a proto je upuštěno od popisu Postkeynesiánských a Institucionálních modelů teorie firmy, jež nepokládám za natolik významné. Rovněž není zařazeno ani nejnovější doplnění neoklasické teorie, Agency teorie. Podrobný popis a zhodnocení mnou vynechaných teorií je možno nalézt například v disertační práci pana Skály (2007).

První skupinou alternativních teorií, kterou se diplomová práce zabývá, jsou Manažerské teorie firmy (3.1), ty vznikly jako reakce na častý fenomén oddělení vlastnictví a kontroly v dnešních velkých firmách a korporacích.

Následuje popis Behaviorálních teorií firmy (3.2), které analyzují chování zájmových skupin uvnitř i vně firmy; jejich vliv na rozhodovací procesy a formování cílů firmy.

Poslední z alternativních teorií, kterou se diplomová práce zabývá, je Teorie zaměstnanecké firmy (3.3). Tento model zkoumá chování firem, kde jsou vlastníci jedinými zaměstnanci firmy.

Cílem poslední kapitoly je zodpovězení otázek a potvrzení či vyvrácení výše formulované hypotézy.

Při tvorbě diplomové práce byla použita následující metodika. V dílčích kapitolách se nachází charakteristiky jednotlivých modelů případně doplněné o matematickou a grafickou analýzu modelu. Každý model je v zápětí zhodnocen a porovnán s neoklasickou teorií; jsou vyhodnoceny jeho výhody a nevýhody. Hodnocení je poté uzavřeno rozhodnutím, zda je model schopen popsat chování dnešních firem přesněji než neoklasická teorie firmy.

V současné domácí literatuře se alternativními teoriemi v širším měřítku zabývá zejména Skála (2007). Popisem jednotlivých modelů se v publikacích zabývají například Soukupová (2003), Pošta (2006) či Soukup (2001).

2. Současný stav firem a příčiny vzniku alternativních teorií

2.1 Význam firem v moderních ekonomikách

Předtím, než se začneme zabírat jak neoklasickou tak zejména různými alternativními teoriemi firmy, je důležité uvědomit si, jak významnou roli hrají firmy v dnešních ekonomikách.

Firmu je možné definovat jako základní prvek moderních ekonomik, který realizuje proces přeměny vstupů na výstupy, jež jsou následně poptávány na finálních trzích nebo na trzích meziproductů.

Pro jednotlivce je prakticky nemožné zastat všechny funkce, které jsou spojené s uskutečněním nějaké netriviální výroby a následným prodejem výrobku na trhu, na to je zpravidla nutná spolupráce se specializovanými odborníky. Tito odborníci mohou podnikateli poskytovat svoje výrobní faktory na základě multilaterálních smluv, ale v praxi jsou většinou nájímáni jako zaměstnanci firem. Proč je tomu tak? Proč jsou výrobní procesy převážně řízeny v rámci firem a proč výroba není řízena pouze na základě multilaterálních smluv?

Transakční náklady jako příčina existence firem

Hlavním důvodem existence firem jsou transakční náklady. Transakční náklady jsou náklady spojené s ekonomickými kontrakty uskutečňovanými prostřednictvím tržního mechanismu. Zdroje transakčních nákladů podle Soukupové jsou (Soukupová 2006: 2):

- nejistota spojená s kontrakty,
- složitost kontraktů vyplývající ze složitostí výrobního procesu,
- nezbytnost monitorování plnění kontraktů,
- nesnadnost vynucování plnění kontraktů.

Lidský faktor jako společný jmenovatel většiny zdrojů transakčních nákladů

Lidský faktor ovlivňuje transakční náklady zejména dvojím způsobem (Soukupová 2006: 12).

Jedná se jednak o omezenou racionalitu vlastníků výrobních faktorů spočívající v neschopnosti dosáhnout racionálního chování, což může být zapříčiněno nedostatkem kvalitních informací, nejistotou v tržním prostředí nebo pouhým nedostatkem potřebných schopností. Z toho důvodu vzniklé transakční náklady mohou být do značné míry sníženy přenesením výroby do firmy, kde se výrobní proces stává lépe organizovaným, řízeným, snáze kontrolovatelným a je tu možnost určitého sdílení informací a znalostí mezi zaměstnanci.

Druhým případem, kdy lidský faktor přispívá ke zvýšení transakčních nákladů, je oportunismus. Lidé se mohou snažit využívat asymetrie informací a existence nejistoty v tržním prostředí za účelem naplňování svých vlastních cílů na úkor jiných subjektů. Vzniku takto zapříčiněných nákladů lze také předcházet, je-li výroba organizována ve firmě a podléhá-li určité formě dohledu a kontroly. I v rámci firmy se mohou vyskytnout jednotlivci nebo zájmové skupiny upřednostňující svoje zájmy nad zájmy firmy, ale přesto je monitorování a vynucování plnění kontraktů v rámci firmy snazší a transakční náklady z toho vyplývající nižší, než při jiné formě organizování výroby.

Transakční náklady jsou také závislé na charakteru (složitosti) transakce a počtu transakcí. Zde platí, že se zvyšujícím se počtem a frekvencí transakcí transakční náklady klesají.

Z výše popsaných faktorů ovlivňujících transakční náklady vyplývá, že zorganizováním výroby do firmy jsou transakční náklady výrazně sníženy. Stanou-li se vlastníci výrobních faktorů součástí firmy, veškeré transakce nadále neprobíhají prostřednictvím trhu, nýbrž se přesunou do firmy – internalizují se. Internalizace transakčních nákladů nemá za následek jejich úplné odstranění, protože i vnitropodnikové transakce mají své náklady, ale ve většině případů jsou tímto krokem zásadně sníženy.

Můžeme tedy říci, že hlavním důvodem organizace výrobního procesu do firmy je snaha o minimalizaci transakčních nákladů.

Z předchozího textu vyplývá, že firma je důležitým prvkem moderních ekonomik. Tak důležitým, že to vedlo ke vzniku odvětví mikroekonomie soustředícího se výhradně na analýzu chování firmy v různých tržních strukturách. Tímto odvětvím je teorie firmy.

2.2 Neoklasická teorie firmy

Neoklasická teorie (formována Alfredem Marshallem a dalšími představiteli cambridgeské školy na přelomu 19. a 20 století) zkoumá chování výrobce a formování nabídky statku.

Neoklasikové při sestavování své teorie firmy vycházeli z následujících předpokladů:

- firma je homogenní celek (vlastnictví firmy je úzce spjato s řízením firmy, ve firmě neexistují zájmové skupiny, které by byly schopny zásadním způsobem ovlivnit stanovení cílů firmy),
- racionálně se chovající firma se snaží maximalizovat zisk,
- dokonalá informovanost všech zúčastněných stran,
- firma nepůsobí v prostředí nejistoty.

Neoklasická teorie firmy vychází z toho, že každou firmu řídí a kontroluje osoba – vlastník, který za tuto činnost pobírá reziduální důchod (celkové příjmy – celkové náklady) a nese celé riziko podnikání. Racionálně chovající se vlastník se pak ve snaze o maximalizaci svého užitku snaží maximalizovat zisk firmy (svůj reziduální důchod). Pro zjištění podmínek maximalizace zisku přišla neoklasická teorie firmy s následujícím tzv. zlatým pravidlem.

Zisk firmy definujeme jako rozdíl mezi celkovými příjmy a náklady firmy

$$\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q) \quad (1)$$

Chceme li zjistit, za jakých podmínek bude daná funkce v lokálním extrému, položíme derivaci funkce rovnu nule

$$\frac{d\pi}{dQ} = 0 \quad (2)$$

Protože platí:

$$\frac{d\pi}{dQ} = \frac{dTR}{dQ} - \frac{dTC}{dQ} \quad (3)$$

a zároveň

$$0 = \frac{dTR}{dQ} - \frac{dTC}{dQ} \quad (4)$$

můžeme konstatovat, že firma maximalizuje zisk v případě, že

$$\frac{dTR}{dQ} = \frac{dTC}{dQ} \quad (5)$$

neboli

$$MR = MC \quad (6)$$

Abychom se ujistili, že nalezený extrém je maximum ne minimum, použijeme ještě postačující podmínku pro konkávnost funkce a tou je záporná hodnota druhé derivace

$$\frac{d^2\pi}{dQ^2} < 0 \quad (7)$$

Podle neoklasiků firma maximalizuje zisk, tedy plní hlavní cíl neoklasické teorie firmy tehdy, když se rovnají mezní náklady na poslední jednotku produkce mezním příjmům z poslední jednotky produkce.

2.3 Kritika neoklasické teorie

Otázkou je, nakolik se shodují předpoklady neoklasické teorie firmy se současným charakterem reálných firem a nakolik závěry neoklasické teorie vystihují realitu dnešního podnikového prostředí.

Složitá vlastnická struktura

Neoklasikové předpokládali, že majitel firmy je zároveň jediná osoba, která firmu řídí a kontroluje, avšak to lze v dnešní době říci pouze o malé části firem. V případě větších firem a korporací se na vlastnictví zpravidla podílí řada subjektů, ať už se jedná o velké množství akcionářů, různé fyzické nebo právnické osoby či investiční fondy. Tito vlastníci mají často různé preference a mohou se snažit prosadit své zájmy do rozhodovacích procesů firmy; takto vzniklá rozhodnutí se mohou lišit od rozhodnutí postavených čistě na bázi neoklasické teorie. V menších firmách je často problém odlišit vlastníky od zaměstnanců, tyto firmy pak mají tendenci odklánět se od chování předpokládaného neoklasickou teorií.

Oddělení vlastnictví od kontroly

V neoklasické teorii firmy se předpokládá, že firma je řízena vlastníkem, který se snaží maximalizovat svůj užitek, jenž je závislý na velikosti zisku. V případě větších firem a korporací však dnes dochází velmi často k oddělení vlastnictví od kontroly. Vlastníci často najímají profesionální manažery, kterým předávají část nebo celou kontrolu nad firmou. Tito manažeři ovšem mohou sledovat cíle odlišné a do jisté míry konfliktní (výši platu, společenské postavení, vedlejší výhody,...) s cíli vlastníků (ti stále preferují maximalizaci zisku); manažery řízená firma se poté může odklonit od chování, které předpokládá neoklasická teorie.

Chování manažerů maximalizujících svůj užitek může do značné míry poškodit zájmy akcionářů (vlastníků). Zájemem vlastníků je zpravidla pobírání dividend v určité uspokojivé výši a stabilita či růst tržní ceny jejich akcií. Pouze malá část akcionářů (která však může vlastnit značnou část akcií) má zájem se fakticky podílet na řízení firmy.

Akcionáři nákupem akcií přijímají část rizika vyplývající z podnikání. Toto riziko je představováno možností snížení pobíraných dividend či poklesem tržní ceny jejich akcií. Akcionáři sice mají možnosti riziko do jisté míry diversifikovat rozložením svých finančních prostředků do akcií několika firem (ideálně v různých odvětvích), avšak funkčních nástrojů pro ovlivňování managementu moc nemají. (Skála 2005: 499)

Snaha o přímé sesazení managementu prostřednictvím programu valné hromady je technicky i právně velmi složitá. Jako účinnější nástroj, poskytující vlastníkům alespoň částečnou moc nad manažery, se jeví protestní, hromadný prodej akcií. Zvýšení prodeje akcií má za následek jejich tržní podhodnocení. U podhodnocené firmy hrozí zvýšené riziko násilného převzetí firmy a v případě převzetí firmy hrozí manažerům ztráta jejich pozic a z nich vyplývajících výhod.

Tento mechanismus dává akcionářům do jisté míry kontrolu nad managementem a tím částečně snižuje dopad oddělení vlastnictví a kontroly. Přesto zde existuje nezanedbatelný rozdíl mezi zájmy manažerů a vlastníků a dá se předpokládat, že manažeři během rozhodování o chodu firmy budou dbát v první řadě na maximalizaci svého užitku a zájmy vlastníků budou vnímat pouze jako určitou omezující podmínku. (Skála 2005: 499)

Zájmové skupiny uvnitř firmy a jejich podíl na rozhodování

Další komplikace při rozhodování v rámci firmy a při sestavování jejích cílů mohou vzniknout, existují-li uvnitř podniku různé zájmové skupiny. Tyto skupiny, zpravila s odlišnými preferencemi, se během zapojování do rozhodovacích procesů budou snažit prosadit svoje zájmy a dosáhnout svých vlastních cílů. Cíl firmy pak může mít podobu několika dílčích cílů ovlivněných omezujícími podmínkami, jež jsou prosazovány jednotlivými skupinami. Priority těchto dílčích cílů se budou měnit v závislosti na relativní vyjednávací síle skupin v podniku. Chování takto řízené firmy se bude odlišovat od chování firmy maximalizující zisk.

Namísto dokonalé informace nejistota

Neoklasikové dále předpokládali, že firma má přístup k úplným informacím (o trhu, svých nákladech, atd.). Tato situace je v realitě naprosto výjimečná, naprostá většina rozhodnutí je totiž prováděna v podmínkách nejistoty (určité rozhodnutí může mít více možných výsledků a předem není známo, který z nich nastane), neboť získat úplné, aktuální a objektivní informace je často nemožné či neúměrně finančně a časově náročné. Tato skutečnost může být překážkou bránící firmě maximalizovat zisk, i kdyby se o to pokoušela.

Neexistence dokonalé informace se může projevit i v rámci rozhodovacích procesů v organizaci. Rozdílná míra informovanosti v rámci organizace, kdy manažer má informační převahu nad majiteli, se nazývá asymetrická informace. Z této situace plyne další problém a tím je morální hazard, tedy situace, kdy ekonomický subjekt (v našem případě manažer) během maximalizace svého užitku využívá významné asymetrie informací a snižuje užitek ostatních účastníků tržní transakce (vlastníků), aniž by za to nesl následky.

Složité organizační uspořádání firem

Neoklasikové pokládají firmu za ekonomickou jednotku, jež spotřebovává určité vstupy (výrobní faktory) a přeměňuje je na výstupy (statek, služba,...). Samotný proces přeměny vstupů na výstupy je však velmi komplikovaný a vyžaduje efektivní organizační strukturu firmy, která zajišťuje převedení vizí a cílů do konkrétních plánů na nižších řídicích úrovních, koordinuje aktivity na nižších řídicích úrovních a kontroluje je, zajišťuje konzistentnost plánů, zprostředkovává tok informací a zajišťuje implementaci rozhodnutí. To má za následek vysoké nároky na organizační strukturu dnešních firem. Neoklasická teorie tuto problematiku nezkoumá. (Skála 2005: 500)

2.4 Alternativní teorie jako reakce na charakter současných firem

Výše popsaná diskrepance mezi předpoklady neoklasiků a reálnou situací na trhu vedla ke vzniku tzv. alternativních teorií firmy. Alternativní teorie se snaží vysvětlit, proč se firmy působící v reálném ekonomickém prostředí chovají odlišně, než předpokládá neoklasická teorie, a vysvětlují řadu reálných ekonomických jevů a procesů, které není možné pomocí neoklasického modelu objasnit. Jednoduše řečeno, snaží se vysvětlit, proč se všechny dnešní firmy nechovají podle pravidel maximalizace zisku.

Alternativní teorie nejsou jednotným proudem nabízejícím alternativu k neoklasické teorii firmy, nýbrž se jedná o skupinu odlišných modelů, které se dokonce mohou navzájem vyvracet, společný mají hlavně odmítavý postoj vůči některým předpokladům neoklasické teorie.

Ne všechny alternativní teorie jsou postaveny na optimalizaci

Jako základní rozdělení alternativních modelů je možné použít dělení na optimalizační a neoptimalizační modely. Optimalizační modely se snaží podobně jako neoklasická teorie maximalizovat určitou cílovou funkci. Do této skupiny modelů se řadí Manažerské teorie firmy a Wardův model zaměstnanecké firmy. Společné mají to, že „výstupem“ aplikace daného modelu je určitá doporučená konfigurace proměnných firmy, která umožní firmě dosáhnout maximální možné úrovně naplnění jejich cíle.

Mezi modely neoptimalizační se řadí Behaviorální, Institucionální a Postkeynesiánské modely firmy. Tyto modely namísto maximalizace cílové funkce sledují interakci zájmových skupin ve firmě, tvorbu cílů firmy, procesy uvnitř firmy a interakci firmy s měnícím se prostředím. Neoptimalizační modely nejsou na rozdíl od optimalizačních podloženy matematickým či grafickým aparátem a spoléhají se pouze na verbální dedukci.

Dle dalšího - více specifického dělení lze alternativní teorie rozdělit do několika skupin na základě toho, na jakou z výše popsaných diskrepancí současného stavu firem od stavu zkoumaného neoklasiky reagují.

Mezi tyto skupina patří:

- Manažerské teorie firmy
- Behaviorální teorie firmy
- Model zaměstnanecké firmy
- Institucionální modely firmy
- Postkeynesiánské modely firmy
- Model nájemce-zmocněnec (Agency teorie)

Manažerské teorie firmy

Manažerské teorie firmy vznikly jako reakce na fenomén oddělování vlastnictví od kontroly ve velkých firmách. Do této skupiny modelů se řadí Scitovského model, Baumolův model, Williamsonův model a Marrisův model. Pro všechny manažerské modely je platí, že manažeři, kteří mají praktickou kontrolu nad firmou, usilují o maximalizaci svého užitku za dodržování určité podmínky minimálního požadovaného zisku sloužícího k uspokojení vlastníků a udržení manažerů u moci.

Behaviorální teorie firmy

Behaviorální teorie firmy se zabývají existencí různých zájmových skupin uvnitř firmy, jejich vzájemnou interakcí, jejich podílem na tvorbě cílů firmy a zkoumáním jejich zásahů do rozhodovacích procesů uvnitř firmy. Vycházejí z toho, že existence zájmových skupin uvnitř firmy má za následek odlišné chování firmy než předpokládá neoklasická teorie. Do této skupiny modelů patří Cyertův a Marchův model, Simonův model a Doylův model.

Model zaměstnanecké firmy

Model zaměstnanecké firmy zkoumá situaci, zejména v menších firmách, kdy je těžké odlišit vlastníky od zaměstnanců firmy (může se jednat o jednoho jediného člověka).

Chování za těchto okolností řízené firmy se bude opět lišit od chování neoklasické firmy. Do této skupiny se řadí zejména Wardův model zaměstnanecké firmy.

Institucionální modely firmy a Postkeynesiánské modely firmy

Institucionální modely firmy a Postkeynesiánské modely firmy zkoumají chování velkých korporací v dnešním vysoce konkurenčním prostředí plnému nejistoty. Zaměřují se na analýzu vlivu velkých firem na ekonomické, sociální i politické prostředí. Mezi současné autory zabývající se touto problematikou patří Baran, Galbraith, Rotschids, Sweezy. (Skála 2005: 501)

Model nájemce-zmocněnec (Agency teorie)

Model nájemce-zmocněnec je doplněním současné mikroekonomie, zabývá se problematikou asymetrie informací mezi manažerem a vlastníkem firmy

3. Charakteristika vybraných alternativních teorií

3.1 Manažerské teorie firmy

Manažerské teorie firmy kladou důraz na reálný jev oddělení řízení (zejména velkých podniků) od vlastnictví. Manažerské teorie vycházejí, stejně jako ta neoklasická, z maximalizování cílové funkce, avšak zde není jako cílová funkce volen zisk, nýbrž jiné kritérium.

Je to zdůvodněno tím, že manažeři, kteří jsou v manažerských teoriích považováni za aktivní prvek řídící firmu, využívají asymetrie informací a částečné pasivity akcionářů (vlastníků) k prosazování svých vlastních zájmů, a to na úkor zájmů firmy. Za těchto podmínek vzniklá rozhodnutí zpravidla vedou k méně efektivnímu chování firmy, než jakého by bylo dosaženo při aplikaci neoklasické teorie.

Hlavní pozornost manažerských teorií je zaměřena na určení motivace manažerů.

Mezi nejvýznamnější modely manažerských teorií firmy se řadí práce Američanů W. J. Baumola, R. Marris a O. Williamsona. Jednotlivé modely se pak liší v závislosti na tom, jaké cílové kritérium firma sleduje. V případě Baumolova modelu se manažer snaží maximalizovat obrát firmy. Williamson definoval model, kde manažer usiluje o maximalizaci své užtkové funkce závislé na několika složkách. Marrisův model pak popisuje případ, kdy se manažer snaží maximalizovat míru růstu firmy.

Pro všechny modely pak platí, že ačkoliv manažeři jednají tak, aby dosáhli svých cílů, tedy maximalizovali svůj užitek, musejí respektovat určitou omezující podmínku v podobě minimální míry zisku sloužící k uspokojení vlastníků (akcionářů).

Obecné znaky manažerských teorií tedy můžeme shrnout takto (Pošta 2006: 64):

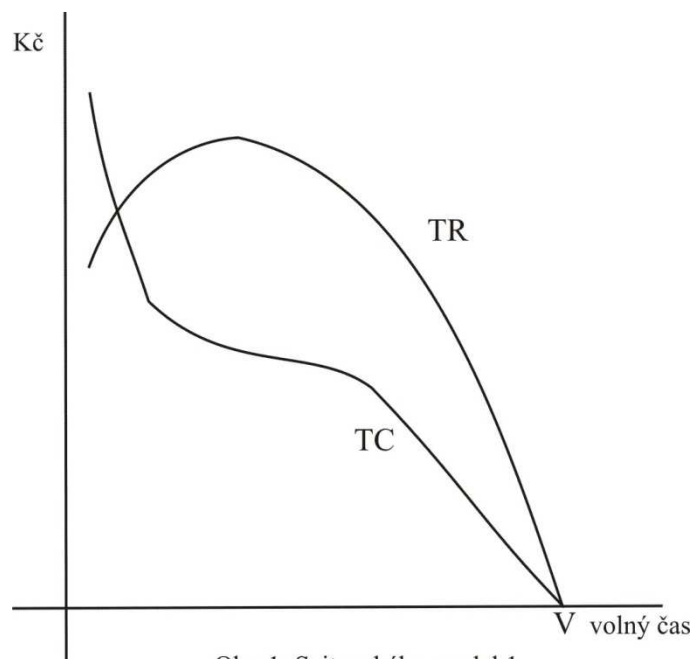
- důraz na oddělení vlastnictví od řízení,
- maximalizace jiné než ziskové funkce,
- nedokonale konkurenční prostředí.

3.1.1 Scitovského model

Myšlenku, která byla později základem všech manažerských teorií, poprvé zformuloval roku 1943 Američan Tibor Scitovsky. Uvedl, že funkce užitku podnikatele je závislá jak na velikosti zisku, tak na množství podnikatelského volného času.

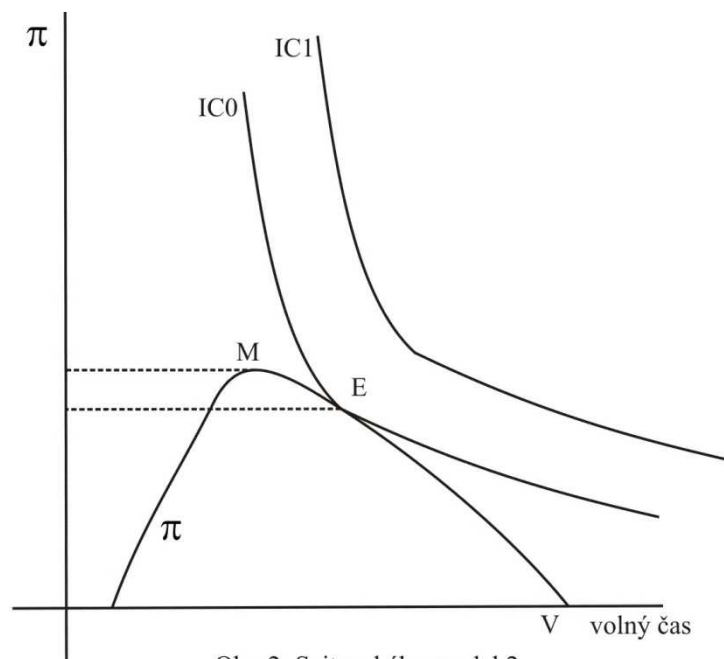
Na obr. 1 je znázorněna závislost celkových nákladů a příjmů na volném času podnikatele. V bodě V užívá podnikatel maxima volného času a žádný čas nevěnuje podnikání, firma tedy nevytváří žádné příjmy ani náklady, začne-li však omezovat svůj volný čas na úkor podnikání, nastane růst objemu produkce a tedy i příjmů a nákladů firmy.

Z obr. 1 je možno po odečtení celkových nákladů (TC) od celkových příjmů (TR) odvodit vývoj křivky čistého zisku (π) v závislosti na volném času podnikatele (viz obr. 2). S postupným nahrazováním volného času podnikatelskou aktivitou jsou nejprve mezní příjmy (MR) vyšší než mezní náklady (MC) firmy, až dojde k jejich vyrovnání v bodě M, kde firma dosahuje maximálního zisku (viz zlaté pravidlo neoklasiků $MR=MC$). Každá dodatečná jednotka produkce by pak byla vyráběna s mezními náklady přesahujícími mezní příjmy a celkový zisk by začal klesat.



Obr. 1: Scitovského model 1
(zdroj: Pošta 2006: 65)

My ale nehledáme objem výroby, při němž firma dosahuje maximálního zisku, neboť jak jsme již uvedli, podle Scitovského se užitek podnikatele skládá jednak z velikosti zisku a jednak z množství jeho volného času. Sestrojme tedy indiferenční křivky (IC_0 , IC_1), které budou zahrnovat všechny kombinace množství volného času a velikosti dosahovaného zisku přinášející podnikateli stejný užitek. Podnikatel hledá takový výstup, který bude generovat zisk dotýkající se nejvyšší možné indiferenční křivky, neboli jeho užitek bude největší v tom bodě, kde se bude rovnat směrnice indiferenční křivky se směrnicí křivky zisku. Podnikatel tedy volí kombinaci volného času a zisku, odpovídající bodu E, kde má větší množství volného času a dosahuje menšího zisku, než v případě snahy o maximalizaci zisku (bod M).



Obr. 2: Scitovského model 2
(zdroj: Soukupová 2003: 14)

Zhodnocení Scitovského modelu

Scitovsky ve svém modelu upozorňuje na rozpor mezi podnikatelovou snahou o maximalizaci zisku a maximalizací užitku. Usoudil a graficky pomocí indifferenční analýzy znázornil, že podnikatel nemaximalizuje svůj užitek maximalizací zisku, ale spíše používá určitý zisk jako prostředek k dosažení maximalizace svého užitku.

Význam Scitovského modelu spočívá v tom, že stanovil základní předpoklad pro vznik manažerských teorií firmy.

3.1.2 Baumolův model

W. J. Baumol se stal autorem hned několika manažerských modelů firmy, avšak nejvýznamnější je jeho první model z roku 1959, který byl také prvním manažerským

modelem firmy (Scitovského práce není považována za plnohodnotný model firmy ale spíše za myšlenku, která byla impulzem ke vzniku manažerských teorií).

Model předpokládá, že cílem firmy řízené manažery je maximalizace obratu ($TR = Q * P$) za současného dodržování minimální míry požadovaného zisku. Fakt, že manažer sleduje maximalizaci obratu namísto maximalizace zisku, je podložen několika důvody.

S rostoucími tržbami se upevňuje pozice manažera ve firmě a zvyšuje se jeho vyjednávací síla, velká část odměn je vypočítávána na základě tržeb a ne zisku; větší příjmy také mohou vést k rychlejšímu růstu firmy, který napomáhá zvýšení tržeb v budoucnu.

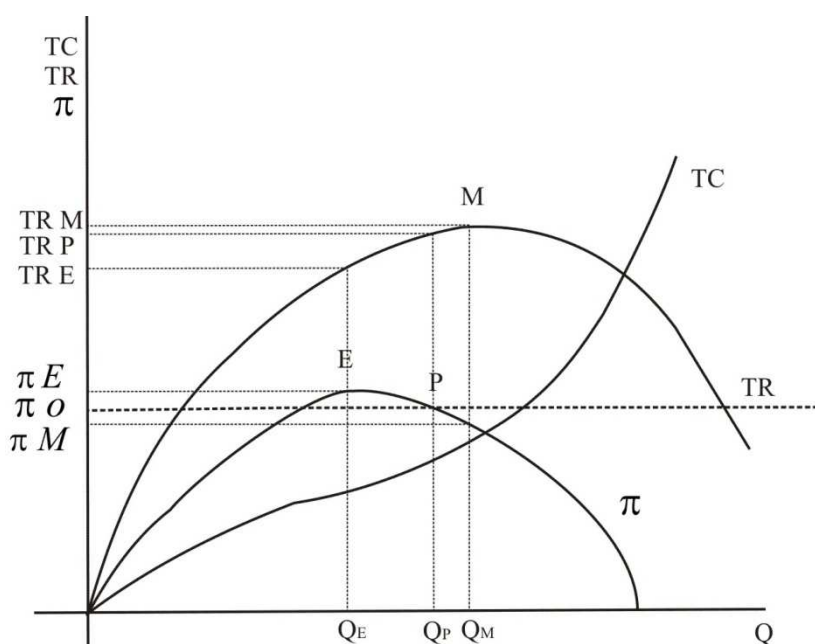
Klesající tržby mohou poškodit firmu v očích peněžních institucí a zkomplikovat proces získávání úvěru. Snížení tržeb také často vede k propouštění zaměstnanců a zvyšování napětí na pracovišti. Firma s klesajícím obratem se také stává méně zajímavou pro své distributory, kteří se ji mohou rozhodnout opustit. (Pošta 2006: 69-74)

Zisk, jak již bylo řečeno, je zde brán jako určitá omezující podmínka, kterou manažeři musí naplnit, aby uspokojili potřeby vlastníků (akcionářů), kteří ze zisku pobírají dividendy. Zisk je také důležitý z hlediska dlouhodobých cílů: je-li firma zaměřena na maximalizaci příjmů, nejde ji zpravidla pouze o maximalizaci momentálních příjmů, ale snaží se zajistit a maximalizovat jejich přísun i v budoucnu. K tomu je zapotřebí, aby firma rostla, a růst lze zajistit investováním. Na investování jsou pak zapotřebí finanční zdroje, které se dají rozdělit na interní (reinvestice zisku) a externí (úvěry, emise akcií a dluhopisů, atd.). Závislost interních zdrojů na dosaženém zisku je zřejmá, ale i zdroje externí jsou na zisku závislé, neboť například vyšší dosažený zisk ulehčuje získání bankovního úvěru, přiláká nové investory atd.

Z následujících úvah vyplývá, proč mají manažeři mít zájem o maximalizaci tržeb a že i určitá míra zisku je pro firmu maximalizující obrat výhodná. Nesmíme však opomenout, že příliš vysoký zisk omezuje objem tržeb (prodáváme relativně malé množství produkce za vyšší cenu) a přitom díky elastické poptávce bylo možno dosáhnout větších tržeb prodejem

většího množství za menší cenu (viz obr. 3). Naopak příliš malý zisk by jednak neuspokojil akcionáře, což by mohlo vést k rozvázání pracovního poměru s manažerem, a také omezil další růst firmy a tedy i budoucích příjmů.

Na statické verzi Baumolova modelu (obr. 3 a 4) si znázorníme rozdíl mezi chováním se firmy maximalizující zisk a firmy maximalizující obrat za současného dodržování minimální míry zisku.

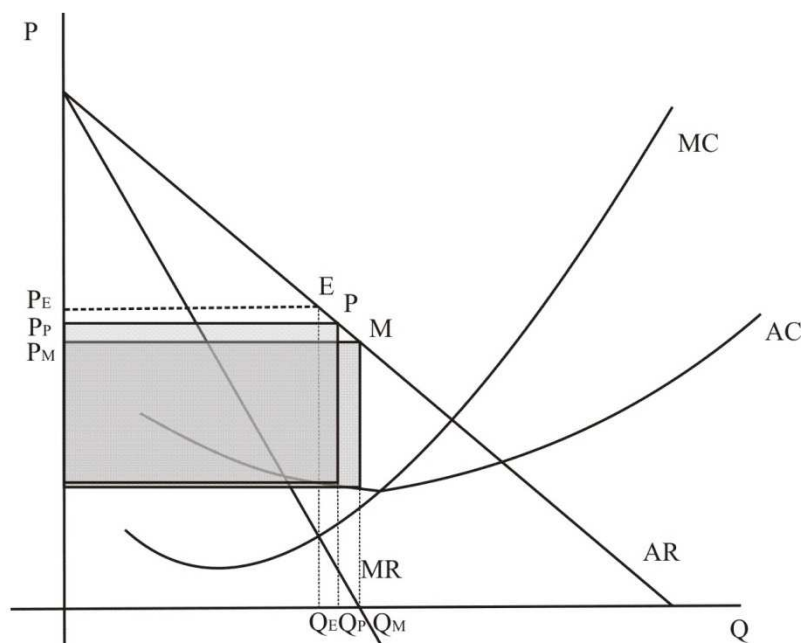


Obr. 3: Statická verze Baumolova modelu

(zdroj: Soukupová 2008: 363)

Firma maximalizující zisk se bude držet pravidla shodné marginality a produkovat výstup, při kterém se její mezní příjmy (MR) rovnají mezním nákladům (MC), odpovídající bodu E na obr. 3 a 4. Tato firma bude dosahovat zisku π_E , který je vyšší než zisk π_M vykazovaný firmou maximalizující obrat. Ta vyrábí do maxima funkce celkových příjmů (TR), což odpovídá objemu produkce, při kterém se její mezní příjmy rovnají nule (MR=0); tuto situaci zachycuje bod M.

Po přidání podmínky minimální požadované úrovně zisku (π_0) musí firma maximalizující obrát zvyšovat cenu a snižovat objem výroby (nacházíme se na elastické části křivky poptávky, takže to povede také ke snížení TR) do té doby, než začne vykazovat zisk odpovídající stanovené úrovni. Bod, kde firma maximalizuje obrát a zároveň splňuje podmínku minimální výše zisku, je bod P.



Obr. 4: Statická verze Baumolova modelu jednotkové veličiny
(zdroj: Soukupová 2008: 364)

Z grafů a výše popsaných skutečností můžeme usoudit, že firma maximalizující obrát bude vyrábět větší množství za nižší cenu a s nižším ziskem než firma maximalizující zisk. Při dodržení minimální požadované úrovně zisku bude firma vyrábět menší množství za vyšší cenu než v případě prosté maximalizace tržeb, ale větší množství za nižší cenu než v případě maximalizace zisku.

Výše popsaný model je možné vyjádřit také matematicky

Cílem firmy podle Baumolova modelu je maximalizovat tržby tedy funkci

$$TR = P * Q \quad (8)$$

Zjednodušíme-li podmínku týkající se minimální výše zisku

$$\pi \geq \pi_0 \quad (9)$$

$$\text{na } \pi = \pi_0 \quad (10)$$

a za předpokladu nezáporného výstupu firmy $Q \geq 0$ hledáme tedy maximum funkce

$$L = TR + \lambda[(TR - TC) - \pi_0] \quad (11)$$

Podmínky pro maximum funkce jsou

$$\frac{\partial L}{\partial Q} = \frac{\partial TR}{\partial Q} - \lambda \left(\frac{\partial TR}{\partial Q} - \frac{\partial TC}{\partial Q} \right) = 0, \quad (12)$$

$$\frac{\partial L}{\partial \lambda} = (TR - TC) - \pi_0 = 0 \quad (13)$$

Z první podmínky si můžeme vyjádřit

$$\frac{\partial TR}{\partial Q} = \frac{\lambda}{(1-\lambda)} * \frac{\partial TC}{\partial Q} \quad (14)$$

Na vztahu (14) vidíme: pakliže je $\lambda=0$, potom platí že

$$\frac{\partial TR}{\partial Q} = 0 \quad (15)$$

$$\text{neboli } MR = 0 \quad (16)$$

což znamená, že omezení nemá na chování firmy vliv a firma maximalizuje svůj obrát.

Je-li však $\lambda > 0$, firma musí uzpůsobit chování podmínce minimální míry zisku a platí:

$$\frac{dTR}{dQ} < \frac{dTC}{dQ} \quad (17)$$

tedy $MR < MC$, což je typický znak firmy maximalizující obrát. Firma se nachází za bodem maximalizace zisku.

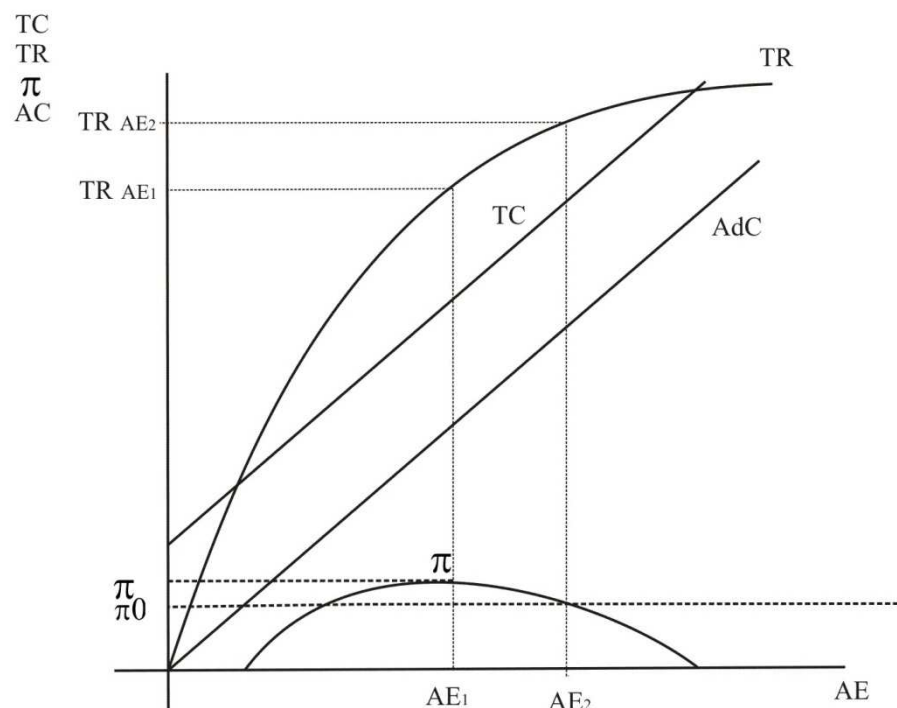
Analýza reklamy

Při uplatňování minimální výše požadovaného zisku mohou nastat dva zvláštní případy: minimální výše požadovaného zisku může být nastavena na vyšší úroveň, než je maximum funkce zisku, anebo může firma prostou maximalizací obrátu dosáhnout vyššího zisku, než který byl stanoven podmínkou minimální míry zisku.

V prvním případě je na místě přehodnotit možnosti firmy. Je možné, že vlastníci očekávají větší výnosnost svých investic, než je v odvětví možné dosáhnout. Také je důležité přezkoumat výrobní procesy ve firmě a zjistit, zdali není například pomocí změny používané technologie možno dosáhnout snížení nákladů vedoucích k dosažení požadovaného zisku.

Druhý případ je zajímavější. Manažeři nejsou motivováni, aby dosáhli vyššího zisku, než jaký požadují akcionáři prostřednictvím podmínky minimálního zisku. Proto zvažují, jak využít zisk, který přesahuje minimální požadovanou míru, k dodatečnému zvýšení jejich vlastního užitku. Jejich užitek je závislý na velikosti obrátu, tedy zvažují, jak pomocí těchto volných prostředků dosáhnout většího obrátu. (Pošta 2006: 71)

Pošta nabízí ve svém článku o manažerských teoriích řešení skrze analýzu reklamních výdajů. Zvýšení objemu reklamy je použito jako relativně bezpečný (oproti operacím s cenou) způsob navýšení tržeb. (Pošta 2006: 72)



Obr. 5: Analýza reklamy

(zdroj: Pošta 2006: 71)

Na obr. 5 vidíme závislost celkových příjmů na objemu reklamy (AE). Křivka AdC značí náklady na reklamu, které lineárně rostou společně s objemem reklamy. Křivka celkových nákladů vznikla vertikálním posunem křivky nákladů na reklamu o ostatní náklady (variabilní a fixní) nesouvisející s objemem reklamy. Jak vyplývá z grafu, s růstem objemu reklamy zároveň stoupá (i když klesajícím tempem) objem tržeb. Firma sledující maximalizaci tržeb tedy použije „přebytečný“ zisk ($\pi - \pi_0$) na zvýšení objemu reklamy (z AE_1 na AE_2), čímž hodlá docílit zvýšení celkových tržeb z TR_{AE1} na TR_{AE2} .

Firma maximalizující obrat by tedy podle tohoto modelu vynakládala větší množství finančních prostředků na reklamu než firma maximalizující zisk.

Dynamická verze Baumolova modelu

Jak již bylo zmíněno, zájmem manažerů nebude pouhá maximalizace okamžitého obratu, manažeři se snaží zajistit maximální velikost obratu v určitém časovém horizontu. Daleko pravděpodobnější bude tedy chování, při kterém se manažer bude snažit maximalizovat

diskontované budoucí příjmy. Toho lze dosáhnout udržením určitého tempa růstu firmy. Pro dosažení uspokojivého růstu firmy je stěžejní velikost dosahovaného zisku. Bude-li dosahovaný zisk příliš vysoký, dojde ke snížení obratu, což je opak toho, čeho chce manažer dosáhnout. Avšak bude-li zisk příliš malý, nebude mít firma dostatek prostředků pro expanzi (tím pádem jí nebude umožněno maximalizovat obrat v budoucnu).

Výše popsaný model vyjádřený matematicky

Zisk je v tomto modelu funkcí běžných příjmů (TR), míry růstu firmy (g) a úrokové míry neboli alternativních nákladů kapitálu (i)

$$\pi = f(TR, g, i) \quad (18)$$

Dlouhodobé příjmy (S) vycházejí z diskontovaných běžných příjmů v jednotlivých obdobích, které v sobě mají zahrnut růst firmy

$$S = \sum_{t=0}^N TR * \frac{(1+g)^t}{(1+i)^t} = TR * \frac{(1+i)}{(i-g)} \quad (19)$$

Míra růstu firmy je závislá na investicích (I) a běžných příjmech

$$g = f(I, TR) \quad (20)$$

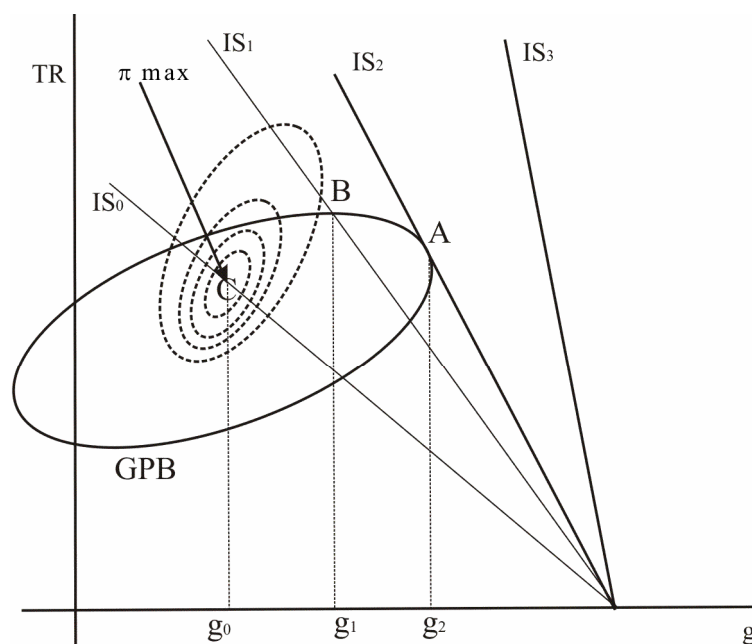
Velikost investic je závislá na velikosti zisku

$$I \leq f(\pi) \quad (21)$$

Grafické znázornění modelu

Na obr. 6 je grafický znázorněna dynamická verze Baumolova modelu. Elipsa GPB (growth possibility boundary = hranice možností růstu) a body uvnitř ní představují možné kombinace běžných příjmů a míry růstu firmy při daném zisku (a na zisku závislých investicích). To, že elipsa protíná vertikální osu, znamená, že firma může dosahovat nulové či záporné hodnoty růstu.

Na jednotlivých křivkách IS (přímky konstantních dlouhodobých příjmů) jsou znázorněny kombinace běžných příjmů a míry růstu firmy, při kterých firma dosahuje konstantních dlouhodobých příjmů. Jsou odvozeny z rovnice dlouhodobých příjmů (19), a proto platí, že v bodě jejich počátku na horizontální ose platí, že $i=g$.



Obr. 6: Baumolův model - dynamická verze
(zdroj: Pošta 2006: 73)

V grafu vidíme, že firma, snažící se maximalizovat dlouhodobé příjmy, je omezena svými hranicemi možností růstu (GPB). Kdyby mohla, tak by firma volila kombinaci g a TR ležící na křivce IS_3 (anebo lepší), ale vzhledem k omezení danému hranicemi možností růstu musí firma zvolit kombinaci, která se nalézá na anebo uvnitř elipsy GPB. Firma pak tedy zvolí kombinaci znázorněnou v bodě A (průsečíku IS_2 a GPB), která jí nabízí nejvyšší možné budoucí příjmy (odpovídající přímce IS_2) a s nimi spojenou míru růstu firmy (g_2).

V bodě B, který je z hlediska vertikální osy na nejvyšší úrovni, firma dosahuje nejvyšších možných běžných příjmů při respektování omezení daného hranicí možností růstu (GPB). Tomuto bodu odpovídá míra růstu g_1 . Bod B tedy označuje chování zvolené firmou snažící se maximalizovat prostý obrát. Vidíme, že míra růstu (g_1) je vyšší než u firmy

maximalizující zisk (g_0), ale nižší než u firmy maximalizující příjmy v dlouhém období (g_2). Dlouhodobé příjmy (IS_1) odpovídající maximalizaci obratu jsou vyšší než v případě maximalizace zisku (IS_0), ale nižší než při maximalizaci dlouhodobých příjmů (IS_2).

Chování zvolené firmou maximalizující zisk je vyznačené bodem C. Vidíme, že firma volí míru růstu (g_0), která je nižší než v případě maximalizace dlouhodobých příjmů (g_2) a krátkodobých příjmů (g_1). Firma maximalizující zisk také usiluje o nižší krátkodobé příjmy než firma maximalizující obrat v dlouhém i krátkém období (bod C je z hlediska vertikální osy na nižší úrovni než body A a B). Dlouhodobý obrat firmy maximalizující zisk je také nižší než dlouhodobé obraty firem maximalizujících dlouhodobý a krátkodobý obrat.

Čárkované elipsy vycházející z bodu maximalizace zisku představují jednotlivé úrovně minimální požadované míry zisku. Z grafu pak vyplývá, že dlouhodobé požadování minimálního zisku je spíše nástrojem manažerů používaným k řízení firmy vzhledem k jimi zvoleným cílům. Na rozdíl od statické verze modelu tedy minimální míra zisku v dynamickém modelu nemá exogenní povahu. (Pošta 2006: 93-74)

Zhodnocení Baumolova modelu

Baumolův model je, stejně jako neoklasická teorie firmy, založen na optimalizačním přístupu podloženém matematickou a grafickou analýzou. V tomto případě popisuje model chování firmy řízené manažerem, který z důvodu maximalizace svého užitku (jenž v modelu roste společně s příjmem firmy) usiluje o maximální obrat firmy.

Zájmy vlastníků jsou v modelu zastoupeny podmínkou minimálního požadovaného zisku, který v krátkém období může limitovat manažery při maximalizaci obratu, avšak v dlouhém období se z něj stává spíše nástroj umožňující realizovat růst firmy, který přinese manažerům ještě vyšší příjmy v budoucnu.

Model je vhodný pro popis chování firem řízených manažery, kteří na místo maximalizace zisku usilují o maximalizaci obratu firmy.

3.1.3 Williamsonův model

Mezi další autory působící na poli manažerských teorií firmy se řadí Američan Oliver E. Williamson. V jeho modelu z roku 1964 je firma také řízena manažerem, který se snaží maximalizovat svůj užitek za současného plnění podmínky minimální výše zisku.

Ve Williamsonově modelu se mezi cíle manažerů, jež zvyšují jejich užitek, řadí plat, jistota, status, moc, prestiž a vysoká profesní výkonnost. Přitom status, moc a prestiž se shrnují pod pojmem dominance. (Pošta 2006: 74)

Dílčí cíle manažerů jsou v modelu zastoupeny jako výdaje na zaměstnance, vedlejší výhody manažerů a diskreční zisk.

Cíle spadající pod faktor dominance jsou v modelu zastoupeny výdaji na zaměstnance (S), které se skládají z platů manažerů a zaměstnanců. S větším počtem podřízených, tedy s vyššími výdaji na zaměstnance, roste manažerova moc, prestiž a status. Zvyšování výdajů na zaměstnance také může znamenat přímé zvýšení manažerova platu (jeho plat je součástí celkových výdajů na zaměstnance) nebo jeho nepřímé zvýšení v budoucnu. Je-li totiž zvýšení výdajů na zaměstnance způsobeno nabíráním nových zaměstnanců, což zpravidla znamená expanzi firmy, může manažer expandující firmy očekávat nárůst svého platového ohodnocení nebo jinou odměnu, například v podobě speciálních prémie. (Pošta 2006: 74). Zvýšení výdajů na zaměstnance (respektive nabírání nových zaměstnanců) má také za následek zvýšení objemu výroby a tím pádem i růst celkových příjmů firmy TR. (Soukup 2001:102-103)

O vedlejší výhody (M) usilují manažeři z důvodů dosažení určitého společenského statusu a prestiže. Sice by preferovali veškeré odměny v peněžní podobě, ale odměny v nepeněžní podobě mají nižší daňové náklady a jsou pro vlastníky (akcionáře) méně viditelné. (Pošta 2006 : 74) Jako příklad vedlejších výhod můžeme uvést služební vozidlo s řidičem, služební bydlení a nejrůznější benefity. Jednoduše řečeno vedlejší výhody manažerů představují náklady firmy, které negenerují firmě žádné příjmy.

Diskreční zisk, tedy rozdíl mezi skutečným ziskem a minimálním požadovaným ziskem, představuje prostředky, se kterými mohou manažeři volně nakládat. Tyto volné finanční prostředky mohou být využity jednak jako zdroj pro růst firmy, nebo mohou být manažery užity jako prostředek k získání vedlejších výhod. Výši dosaženého diskrečního zisku je také možno považovat za měřítko výkonnosti manažera.

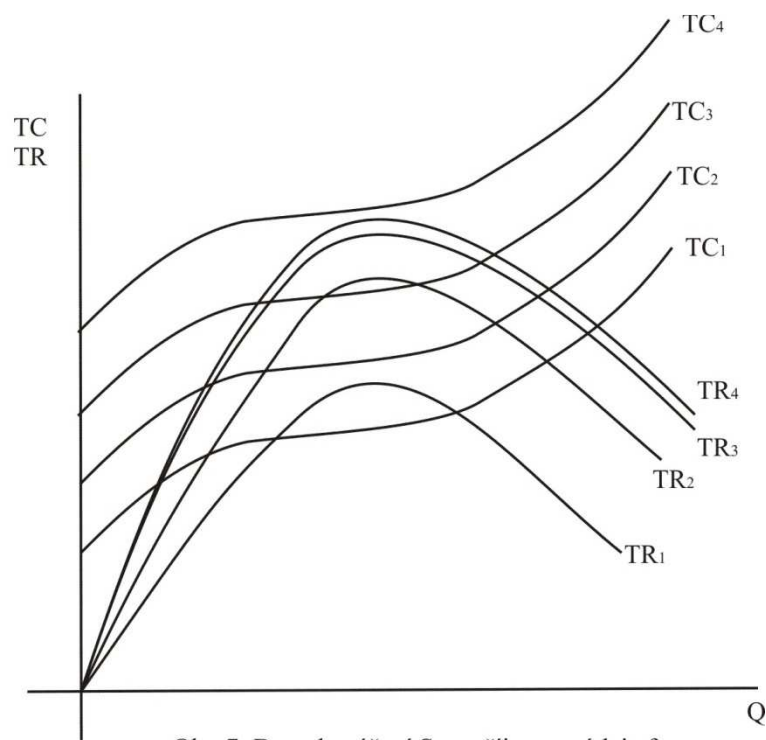
Výsledná funkce užitku, kterou se podle Williamsona snaží firma řízená manažerem maximalizovat, je tedy funkcí výdajů na zaměstnance (S), vedlejších výhod manažerů (M) a diskrečního zisku (π_d)

$$U = U(S, M, \pi_d) \quad (22)$$

Po vzoru Víta Pošty rozdělím model nejprve na dvě části, ve kterých samostatně zanalyzuji podmínky optimalizace, a to nejprve u funkce manažerova užitku závislé na diskrečním zisku a výdaji na zaměstnance a poté na funkci manažerova užitku závislé na diskrečním zisku a manažerských výhodách. Ve finále je opět spojím v jeden model. Tento způsob upřednostňuji oproti jiným postupům (např. Soukup 2001: 102-106) z důvodu možnosti zahrnout daně, čímž se model o krok přibližuje realitě podnikového prostředí, což je hlavním důvodem existence alternativních teorií. Zahrnutí daní do modelu také usnadňuje sestavení grafické verze modelu, která napomáhá lepšímu porozumění vysvětlovaných souvislostí.

a) Optimalizace užitku manažera závislá na diskrečním zisku a výdajích na zaměstnance

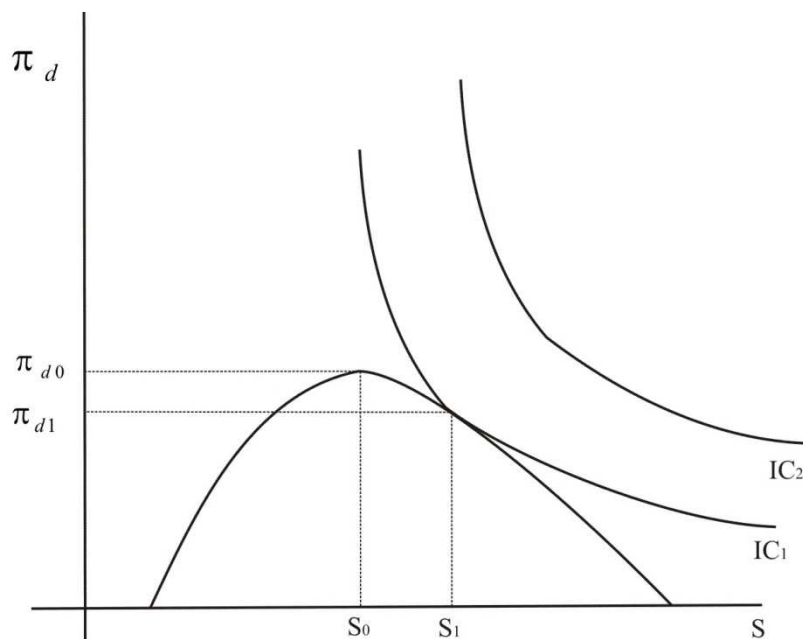
V této části modelu je funkce užitku manažera závislá na diskrečním zisku (π_d) a výdajích na zaměstnance (S). Zvyšování výdajů na zaměstnance má za následek posun křivky poptávky směrem doprava nahoru a tedy zvyšování celkových příjmů (TR). Je však zřejmé, že výdaje na zaměstnance jsou součástí celkových nákladů firmy, a tudíž jejich zvyšováním dochází taktéž ke zvyšování celkových nákladů (TC).



Obr. 7: Dopad zvýšení S na příjmy a výdaje firmy
(zdroj: Pošta 2006: 74)

Na obr. 7 je znázorněna skutečnost, že s růstem personálních výdajů rostou nejprve celkové příjmy rychleji než celkové náklady, tedy roste zisk firmy. Přírůstky příjmů však na rozdíl od přírůstků celkových nákladů, které jsou konstantní, rostou klesajícím tempem a od určitého bodu (kde platí $\frac{\partial TR}{\partial S} = 1$ viz matematické vyjádření modelu) se zisk vyvolaný zvýšením výdajů na zaměstnance začne snižovat.

Z obr. 7 je dále odvozen vztah mezi výdaji na zaměstnance (S) a dosažitelným diskrečním ziskem (π_d) na obr. 8. Neoklasická firma maximalizující zisk by zvolila objem výdajů odpovídající úrovni S_0 . V našem případě je však firma řízena manažerem, který při snaze o maximalizaci svého užitku (v tomto případě se jedná zejména o užitek pocházející z dosahování určité úrovně dominance) zvyšuje výdaje na zaměstnance na z hlediska neoklasické teorie suboptimální úroveň S_1 .



Obr. 8: Williamsonův model 1

(zdroj: Pošta 2006: 75)

Preference manažera jsou na obr. 8 vyjádřeny pomocí indifferenčních křivek, každá indifferenční křivka zobrazuje kombinace objemu výdajů na zaměstnance a výši dosažitelného diskrečního zisku přinášející manažerovi stejný užitek s tím, že platí, že čím dále je indifferenční křivka vzdálená od počátku, tím větší úroveň užitku na ní ležící kombinace S a π_d představují.

Výše popsaný model vyjádřený matematicky

Nejprve si představíme několik „druhů“ zisku, se kterými Williamsonův model pracuje.

Skutečný zisk π_a lze vyjádřit jako:

$$\pi_a = TR - TC - S \quad (24)$$

kde TR jsou celkové příjmy, TC celkové náklady a S výdaje na zaměstnance.

Dále používáme zisk vykazovaný (π_r), který představuje skutečný zisk snížený o vedlejší výhody manažerů (M)

$$\pi_r = \pi_a - M \quad (25)$$

Dříve představený diskreční zisk (π_d), který je jednou z proměnných funkce užitku manažera, vyjádříme jako:

$$\pi_d = \pi_r - \pi_0 - T \quad (26)$$

přičemž π_0 představuje minimální zisk požadovaný vlastníky a T jsou daně.

Užitková funkce, kterou manažer v této části modelu maximalizuje, je závislá pouze na personálních výdajích a diskrečním zisku; zapíšeme jí tedy jako:

$$U = f(S, \pi_a - \pi_0 - T) \quad (27)$$

V této části modelu nejsou brány v potaz vedlejší výhody manažerů, proto je jako složka diskrečního zisku použit skutečný zisk na místo vykazovaného.

Podmínkou maximalizace funkce je dosažení takového skutečného zisku, který po odečtení daní nebude menší než minimální, vlastníky požadovaný zisk.

$$\pi_a - T \geq \pi_0 \quad (28)$$

neboli:

$$\pi_a - \pi_0 - T \geq 0 \quad (29)$$

Vidíme, že tento výraz je jednou z proměnných funkce užitku, a je tedy možné předpokládat, že podmínka bude vždy splněna, proto ji nadále nebudeme brát v potaz.

Po rozdělení daní na daň autonomní (T_A) a daňovou sazbu (t) je možné zapsat cílovou funkci takto:

$$U = U[S, (1-t) * (TR - TC - S - T_A) - \pi_0] \quad (30)$$

Podmínky maximalizace dané funkce jsou nulová hodnota derivace funkce podle velikosti výstupu (Q) a nulová hodnota derivace funkce výdajů na zaměstnance (S).

První podmínkou tedy je:

$$\frac{\partial TR}{\partial Q} - \frac{\partial TC}{\partial Q} = 0 \quad (31)$$

neboli známé neoklasické $MR = MC$.

Druhou podmínkou je:

$$U_1 + (1-t) * U_2 * \frac{\partial TR}{\partial S} - (1-t) * U_2 = 0 \quad (32)$$

Úpravou do snáze interpretovatelné podoby dostaneme:

$$\frac{\partial TR}{\partial S} = 1 - \frac{1}{1-t} * \frac{U_1}{U_2} \quad (33)$$

kde U_1 a U_2 jsou příslušné parciální derivace dané funkce.

Suboptimální chování zapříčiněné vysokými výdaji na zaměstnance

Z první podmínky vyplývá, že firma ve Williamsonově modelu bude produkovat výstup, při kterém se její mezní náklady (MC) budou rovnat mezním příjmům (MR). To ale nemusí nutně znamenat, že objem výroby bude stejný jako u neoklasické firmy maximalizující zisk. Objem výroby je ve Williamsonově modelu závislý na personálních výdajích. Manažerova snaha o jejich navyšování pak může nepřímo vést k růstu objemu produkce na vyšší úroveň, než jaké by dosahovala firma maximalizující zisk.

Druhá podmínka poukazuje na fakt, že příjem generovaný z poslední dodatečné peněžní jednotky vynaložené na zaměstnance ($\frac{\partial TR}{\partial S}$) bude menší než jedna, tedy přírůstek personálních výdajů bude větší, než přírůstek příjmů jimi vyvolaný. To povede k dosažení nižšího zisku, než jakého by bylo dosaženo při stanovení z hlediska neoklasické teorie optimální výše personálních výdajů.

Výdaje na zaměstnance v neoklasické firmě

V případě neoklasické firmy platí $\frac{\partial TR}{\partial S}=1$, tedy dodatečné zvýšení výdajů na zaměstnance zvýší o stejné množství i celkové příjmy.

To lze odvodit rozdělením celkových výdajů (TC) na výdaje na zaměstnance (S) a ostatní výdaje (TC) v tradiční funkci zisku:

$$\pi = TR - TC - S \quad (34)$$

a její následnou derivací podle objemu výroby (Q) a výdaji na zaměstnance (S). Mimo klasické rovnosti mezních nákladů a příjmů (pozor: tady neplatí, že objem výroby je funkcí S a tedy derivace S podle Q se rovná 0) dostaneme:

$$\frac{\partial TR}{\partial S} - 1 = 0 \text{ neboli } \frac{\partial TR}{\partial S} = 1 \quad (35)$$

Dalším možným důkazem je fakt, že v případě neoklasické firmy by byl poměr parciálních derivací $\frac{U_1}{U_2}$ vyjadřujících mezní míru substituce mezi ziskem a personálními výdaji roven nule a opět by tedy platilo:

$$\frac{\partial TR}{\partial S} = 1 \quad (36)$$

Takto se chovající firma má z hlediska zisku optimálně zvolený objem výdajů na zaměstnance.

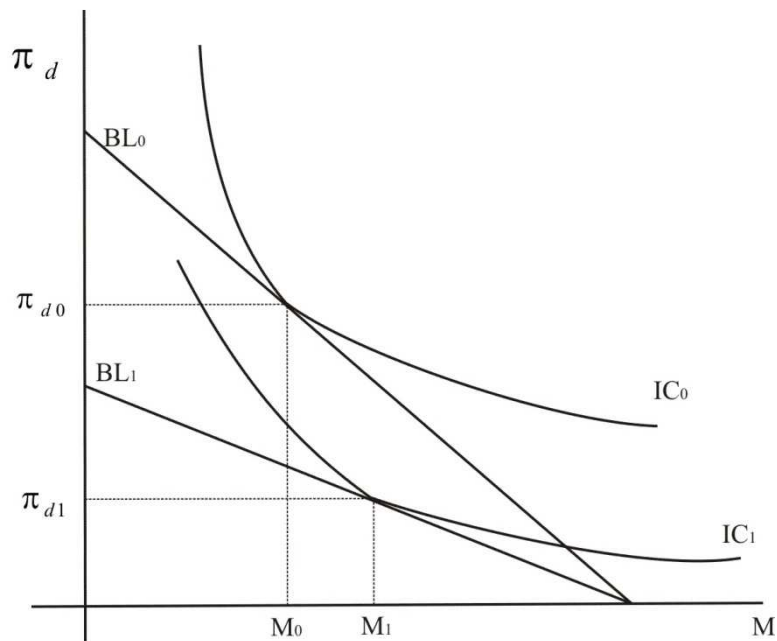
Firma ve Williamsonově modelu se oproti neoklasické firmě chová suboptimálně, protože její výdaje na zaměstnance budou vyšší, než by bylo třeba v případě snahy o maximalizaci zisku.

b) Optimalizace užítku manažera závislá na diskrečním zisku a vedlejších manažerských výhodách

V druhé části modelu je funkce užítku manažera závislá na diskrečním zisku (π_d) a vedlejších výhodách manažerů (M). To neznámá, že výdaje na zaměstnance nebudou v této části modelu brány v potaz. Jsou stále součástí skutečného a tedy i vykazovaného zisku.

Na obr. 9 je model znázorněn pomocí indifferenční analýzy. Rozpočtové přímky BL_0 a BL_1 znázorňují možnosti substituce mezi diskrečním ziskem a manažerskými výhodami při dané výkonnosti firmy. Rozpočtová přímka BL_0 odpovídá nulové daňové sazbě a znázorňuje fakt, že je možné směňovat vedlejší manažerské výhody a diskreční zisk v poměru 1:1. Zavedením nenulové daňové sazby dojde k relativnímu „zdražení“ diskrečního zisku a při konstantním rozpočtu bude možné dostat za jeden díl diskrečního zisku více než jeden díl vedlejších manažerských výhod.

Jednotlivé indifferenční křivky IC_0 a IC_1 znázorňující preference manažerů, zahrnují kombinace diskrečního zisku a manažerských výhod přinášejících manažerovi stejný užitek. Podle jejich charakteru je na první pohled patrné, že manažerem řízená firma nebude vykazovat maximální možný zisk. Zájem manažerů o maximalizaci vlastního užítu totiž povede k existenci nenulových manažerských výhod, na jejichž úkor bude zisk firmy snížen.



Obr. 9: Williamsonův model 2

(zdroj: Pošta 2006: 78)

Tento efekt bude ještě zesílen, existuje-li firma v prostředí s nenulovou daňovou sazbou. V tom případě bude za jinak nezměněných podmínek firma dosahovat ještě menšího diskrečního zisku a manažeři budou nárokovat větší množství vedlejších výhod. To je zapříčiněno, jak již bylo výše zmíněno, relativním zlevněním manažerských výhod oproti diskrečnímu zisku. Na obr. 9 vidíme, že po zavedení nenulové daňové sazby a následné změně rozpočtové přímky z BL_0 na BL_1 manažer ve snaze maximalizovat svůj užitek snížil diskreční zisk z π_0 na π_1 a zvýšil vedlejší výhody z M_0 na M_1 .

Matematické vyjádření modelu

Funkci užitku manažera v této části modelu lze zapsat jako:

$$U = U(M, \pi_r - \pi_0 - T) \quad (37)$$

s podmínkou:

$$\pi_r - \pi_0 - T \geq 0 \quad (38)$$

Kterou, jelikož je součástí užitkové funkce, považujeme jako vždy splněnou.

Maximalizujeme tedy funkci:

$$U = U[M, (1-t) * (TR - TC - S - M - T_A) - \pi_0] \quad (39)$$

Funkce bude maximalizována, budou-li se jednotlivé parciální derivace podle objemu výroby (Q), personálních výdajů (S) a vedlejších manažerských výhod (M) rovnat nule.

Podmínky maximalizace funkce tedy jsou:

$$\frac{\partial TR}{\partial Q} - \frac{\partial TC}{\partial Q} = 0 \quad (40)$$

$$\frac{\partial TR}{\partial S} = 1 \quad (41)$$

$$U_1 - (1-t) * U_2 = 0 \quad (42)$$

přičemž U_1 a U_2 jsou příslušné parciální derivace dané funkce.

Diskreční zisk snížen na úkor vedlejších výhod manažerů

Z podmínek maximalizace funkce vidíme, že co se objemu výroby týče, chová se firma v této části Williamsonova modelu stejně jako v předchozí. Vyrábí tedy takové množství, při kterém se rovnají mezní příjmy a náklady, avšak to nemusí znamenat, že vyrábí stejný objem produkce jako neoklasická firma maximalizující zisk.

Z druhé podmínky je patrné, že výdaje firmy na zaměstnance jsou z hlediska maximalizace zisku optimální $\left(\frac{\partial TR}{\partial S} = 1 \right)$.

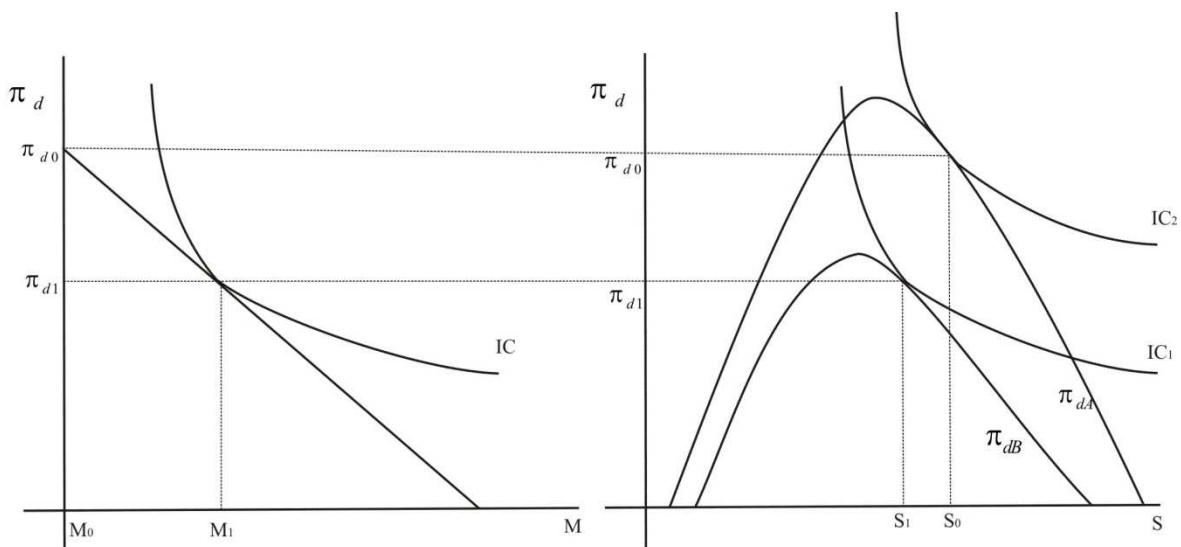
Z poslední podmínky lze vyvodit, že firma nebude dosahovat maximálního zisku, protože jeho část bude užita na vedlejší výhody manažerů. Po upravení do tvaru:

$$\frac{U_1}{U_2} = (1-t) \quad (43)$$

kde $\frac{U_1}{U_2}$ vyjadřuje mezní míru substituce mezi diskrečním ziskem a vedlejšími výhodami manažerů, vidíme, že s růstem daňové sazby budou mít manažeři tendenci zvyšovat objem vedlejších výhod právě na úkor diskrečního zisku.

c) Spojení dílčích modelů

Oba dílčí modely lze spojit a znázornit tak vzájemné provázání tří hlavních faktorů ovlivňujících užitek manažera ve Williamsonově modelu. Grafické propojení je zobrazeno na obr. 10. Při výchozí situaci, kdy manažer operuje s diskrečním ziskem π_0 , jsou sice vedlejší výhody manažerů nulové, avšak i tak již není dosahováno maximálního zisku z důvodu existence personálních výdajů vyšších, než by tomu bylo při maximalizaci zisku. Tím, že manažer z důvodu maximalizace svého užitku začne čerpat určitou kladnou výši manažerských výhod, dojde ke snížení diskrečního zisku, což se na pravé části grafu projeví posunem křivky diskrečního zisku z π_{dA} na π_{dB} , tedy křivka se posune doleva a dolů. Zvýšení objemu vedlejších manažerských výhod má také za následek snížení výdajů na zaměstnance, tento je jev na obr. 10 znázorněn poklesem personálních výdajů z S_0 na S_1



Obr. 10: Williamsonův model 3

(zdroj: Pošta 2006: 79)

Matematické vyjádření modelu

Jak bylo uvedeno při představování modelu, funkce užitku manažera se skládá z výdajů na zaměstnance, vedlejších výhod manažerů a velikosti diskrétního zisku. Manažer se tedy snaží maximalizovat funkci, kterou je možné zapsat takto:

$$U = U(S, M, \pi_r - \pi_0 - T) \quad (44)$$

s podmínkou

$$\pi_r - \pi_0 - T \geq 0 \quad (45)$$

kterou je stejně jako v dílčích částech modelu možno považovat za splněnou, neboť je součástí funkce užitku. Zaměříme se tedy na maximalizaci funkce užitku upravené do podoby:

$$U = U[S, M, (1-t) * (TR - TC - S - M - T_A) - \pi_0] \quad (46)$$

Podmínkami maximalizace bude hodnota jednotlivých parciálních derivací podle objemu výroby (Q), výdajů na zaměstnance (S) a vedlejších výhod manažerů (M) rovná nule.

Podmínky maximalizace jsou následující:

$$\frac{\partial TR}{\partial Q} - \frac{\partial TC}{\partial Q} = 0 \quad (47)$$

$$U_1 + (1-t) * U_3 * \frac{\partial TR}{\partial S} - (1-t) * U_3 = 0 \quad (48)$$

$$U_2 - (1-t) * U_3 = 0 \quad (49)$$

Kde U_1, U_2 a U_3 jsou příslušné derivace zkoumané funkce

Williamsonova firma a objem výroby

Z první podmínky je opět patrné, že firma se z hlediska objemu produkce chová optimálně, vyrábí výstup, při kterém dosahuje rovnosti mezních nákladů (MC) a mezních příjmů (MR) stejně jako neoklasická firma. Už však bylo zmíněno, že to nemusí nutně znamenat výrobu stejného objemu produkce jako v případě neoklasické firmy.

Williamsonova firma a výdaje na zaměstnance

Z druhé podmínky, stejně jako v první dílčí části modelu vyplývá, že výdaje na zaměstnance budou u firmy ve Williamsonově firmě suboptimální, vyšší než u firmy maximalizující zisk. Po upravení druhé podmínky do snáze interpretovatelného vztahu

$$\frac{\partial TR}{\partial S} = 1 - \frac{1}{1-t} * \frac{U_1}{U_3} \quad (50)$$

vidíme, že mezní efekt poslední dodatečné jednotky vynaložené na personální výdaje bude menší než jedna, tedy dodatečné personální náklady budou vyšší než příjmy jimi vyvolané. Toto chování povede k nižšímu zisku, než jakého dosáhne firma maximalizující zisk, u které bude platit:

$$\frac{\partial TR}{\partial S} = 1 \quad (51)$$

Williamsonova firma a vedlejší manažerské výhody

Po upravení třetí podmínky do

$$\frac{U_2}{U_3} = (1 - t) \quad (52)$$

kde poměr U_2/U_3 představuje mezní míru substituce mezi diskrečním ziskem a manažerskými výhodami, vidíme, že část zisku bude využita na vedlejší výhody manažerů. Vedlejší manažerské výhody budou růst v závislosti na úrovni daňové sazby. Čím vyšší sazba daně, tím větší budou mít manažeři sklon zvyšovat vedlejší výhody na úkor diskrečního zisku.

Rozdíly v chování firmy ve Williamsonově modelu a firmy maximalizující zisk

Ve firmě dle Williamsonova modelu:

- Manažeři užívají vedlejších výhod, které jsou čerpány na úkor zisku. Tato situace v neoklasické firmě neexistuje.
- Firma má vyšší (a z hlediska maximalizace zisku suboptimální) výdaje na zaměstnance.
- Vyšší výdaje na zaměstnance mohou vést k vyššímu objemu produkce a vyšší ceně produkce firmy.
- Z předchozích bodů vyplývá, že firmou vykazovaný zisk bude nižší, než zisk dosahovaný firmou maximalizující zisk.

Zhodnocení Williamsonova modelu

Williamsonův model popisuje chování firmy, kterou opět řídí manažer, snažící se maximalizovat svůj užitek za současného dodržování podmínky minimální výše zisku, ta v modelu zastupuje zájmy vlastníků.

Silnou stránkou modelu je fakt, že bere v potaz širší spektrum faktorů motivujících dnešního manažera, díky čemuž je možné přesněji odhadnout jeho chování. Faktory ovlivňující motivaci manažera jsou pak v manažerově funkci užitku zastoupeny jako diskreční zisk, výdaje na zaměstnance a vedlejší výhody manažera.

Model je dále podložen propracovanou matematickou a grafickou analýzou. Avšak k nahrazení neoklasické teorie firmy vhodný není, protože z důvodu velkého zaměření na chování manažera opomíjí ostatní aspekty firmy.

3.1.4 Marrisův model

Poslední ze zkoumaných manažerských teorií firmy je Marrisův model. Manažer se zde opět snaží maximalizovat svůj užitek za současného dodržování určité omezující podmínky. V Marrisově modelu je funkce užitku manažera závislá na míře růstu firmy (g) a míře zhodnocení (v), roli omezující podmínky zde hraje minimální požadovaná míra zhodnocení. Funkci manažera tedy zapíšeme jako:

$$U = U(g, v) \quad (53)$$

Faktory určující motivaci manažerů se dají shrnout do kategorií psychologických a ekonomických faktorů. Mezi psychologické faktory se řadí dosažení určité úrovně jistoty, statusu a moci vyplývající z řízení firmy. K faktorům ekonomickým patří zejména manažerův plat, různé prémie a vedlejší výhody, či právo na přednostní odkup akcií firmy.

Manažeři v rámci sledování vlastních cílů usilují o vysoké tempo růstu firmy

Míra růstu firmy (g) je spojena jak s ekonomickými, tak s psychologickými aspekty motivace manažerů. Užitek, který manažerovi plyne ze společenského statusu a moci nad firmou, je úzce spjat s velikostí firmy, kterou řídí. Proto nikoho nepřekvapí, že ve snaze dosáhnout větší moci a společenského uznání dochází ze strany manažerů k chování (jedná

se zejména o větší objem investic), které má za následek vyšší míru růstu firmy, než by volila firma řízená vlastníky, kteří by se snažili maximalizovat zisk.

Rostoucí firma mimo jiné umožňuje větší prostor pro kariérní růst. Tím jsou ovlivněni zejména pracovníci na pozicích nižšího managementu, kteří za rostoucí velikosti firmy vidí větší šanci na povýšení – nárůst moci.

Jako příklady ekonomických faktorů motivace manažera byly uvedeny manažerův plat, prémie, vedlejší výhody manažerů a právo na přednostní odkup akcií firmy. Tyto faktory jsou také přímo závislé na růstu, respektive velikosti firmy. Větší firma disponuje více prostředky pro odměňování manažerů. Velká část odměn je také vypočítávána na základě tržního podílu či obratu firmy a tyto ukazatele bývají také pozitivně ovlivněny růstem firmy.

V neposlední řadě rostoucí firma, jak již bylo řečeno, nabízí kariérní růst a případné povýšení představuje nejenom navýšení moci dotyčného, ale samozřejmě je zpravidla spojeno i s nárůstem platového ohodnocení manažera.

Z výše popsaných vztahů vyplývá, že všechny vrstvy managementu firmy budou vyvíjet tlak na zvyšování míry růstu firmy (g). Avšak příliš vysoká míra růstu může mít tragické následky pro finanční stabilitu podniku. To je důvodem, proč musí brát manažeři v úvahu i míru zhodnocení firmy. (Pošta 2006: 80-83)

Snaha o udržení pozice ve firmě nutí manažery k udržování jisté míry zhodnocení

Z důvodu uspokojení vlastníků (akcionářů) a tím pádem zajištění určité jistoty udržení své pozice ve firmě, je v zájmu manažera zachovávat určitou minimální míru zhodnocení (v_0). Ta bude stanovena na takovou úroveň, která zejména prostřednictvím výše vyplácených dividend a ceny akcií dostatečně uspokojí akcionáře.

Nedojde-li k jejich uspokojení, mohou se v rámci programu valné hromady pokusit odvolat představenstvo a tím zároveň sesadit vrcholový management firmy. Toto řešení je však technicky i právně velmi složité a nezaručuje, že odvoláním představenstva dojde ke změně ve vrcholovém managementu, a tím i ve zvolené strategii firmy, neboť vrcholový manažer nemusí být členem představenstva.

Jako účinnější metoda, jež vlastníkům poskytuje alespoň částečnou moc nad manažery, se jeví protestní, hromadný prodej akcií. Zvýšený prodej (respektive nárůst nabídky) akcií firmy má za následek snížení jejich ceny, firma se tím pádem stává podhodnocenou. Taková firma se pak může stát cílem násilného převzetí jedním z jejích konkurentů. Manažeři se oprávněně obávají, že v případě převzetí „jejich“ firmy firmou cizí dojde k zásadním změnám na manažerských postech a že přijdou o své postavení a z něj vyplývající moc. (Skála 2005: 499)

Minimální požadovaná míra zhodnocení nemusí zajišťovat dostatečnou ochranu před převzetím

Jako obrana před násilným převzetím firmy však často nemusí stačit pouze minimální míra zhodnocení (v_0), které bude zajišťovat úroveň dividend a cenu akcií uspokojující akcionáře. Může se stát, že firma bude dosahovat míry zhodnocení firmy (v_m), která bude vyhovovat vlastníkům, avšak potenciální zájemce o převzetí vyhodnotí, že je v možnostech firmy dosahovat míry zhodnocení (v_r). Pakliže bude platit:

$$v_r > v_m \quad (54)$$

bude v zájmu cizí firmy sledovanou firmu převzít, neboť ji investor bude považovat za podhodnocenou. Podrobněji se Teorií převzetí zabývá Soukupová v Teorii firmy (Soukupová 2003: 39-40).

Jak již bylo zmíněno výše, změní-li firma majitele, je velmi reálná šance, že dojde ke změnám na manažerských postech a manažer ztratí svoje zaměstnání. Z tohoto důvodu se snaží manažer udržet takovou míru zhodnocení, která vyloučí nebo alespoň do únosné míry omezí riziko násilného převzetí firmy.

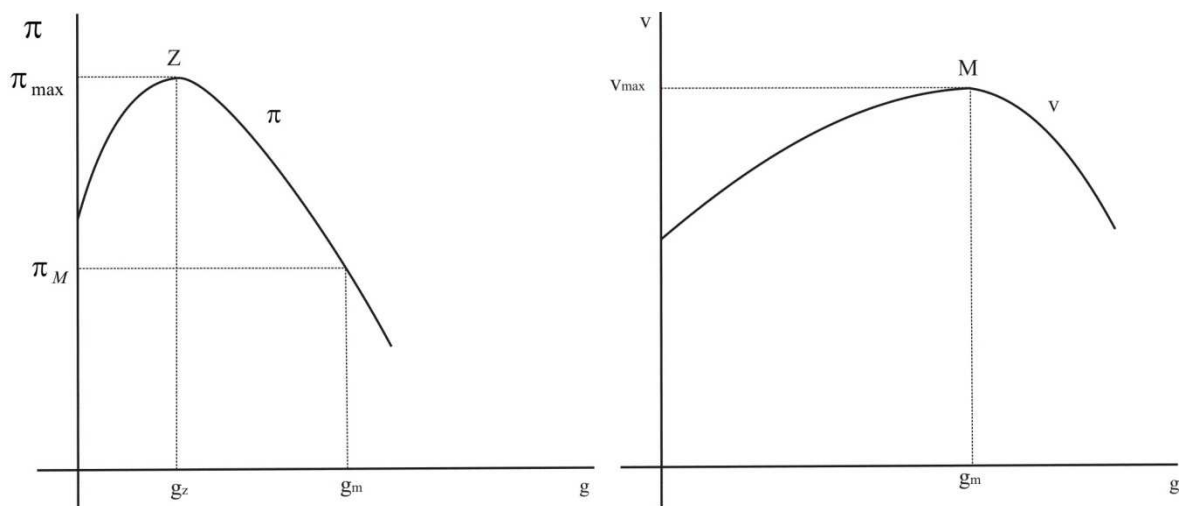
Z tohoto důvodu je evidentní, proč je v Marrisově modelu míra zhodnocení (v) součástí funkce užitku manažera. Manažer prostřednictvím míry zhodnocení naplňuje cíl, kterým je jistota udržení pozice ve firmě. Udržení pozice, jež mu přináší jak ekonomické tak psychologické výhody.

Závislost zisku a míry zhodnocení na míře růstu firmy

Pro lepší představu o rozdílu chování firmy v Marrisově modelu a neoklasické firmy maximalizující zisk můžeme na obr. 11 sledovat vztah zisku a zhodnocení v závislosti na míře růstu firmy. Na grafu vidíme, že zisk s růstem míry růstu nejprve roste avšak klesajícím tempem, v bodě Z pak dosáhne svého maxima a začne klesat; maximální úrovni zisku odpovídá zvolená míra růstu g_z .

V případě míry zhodnocení můžeme opět sledovat degresivní růst v závislosti na zvyšování míry růstu firmy, až do bodu M, kde dosahuje křivka míry zhodnocení svého maxima. Na první pohled je patrné, že míra růstu odpovídající maximálnímu zhodnocení (g_m) je vyšší, než míra růstu odpovídající maximálnímu zisku firmy (g_z).

Rozdíly v chování mezi firmou maximalizující zisk a firmou maximalizující zhodnocení jsou způsobeny odlišným časovým horizontem, ve kterém firma očekává své výsledky. Z krátkodobého hlediska, na které je zaměřena prostá maximalizace zisku, by vyšší míra růstu než g_z byla neefektivní z důvodu vysokých investic, které by snižovaly krátkodobý zisk, respektive dividendy. V dlouhém období se však vyšší míra růstu firmy projeví vyšším ziskem, vyššími dividendami a tím pádem i vyšší mírou zhodnocení investic.

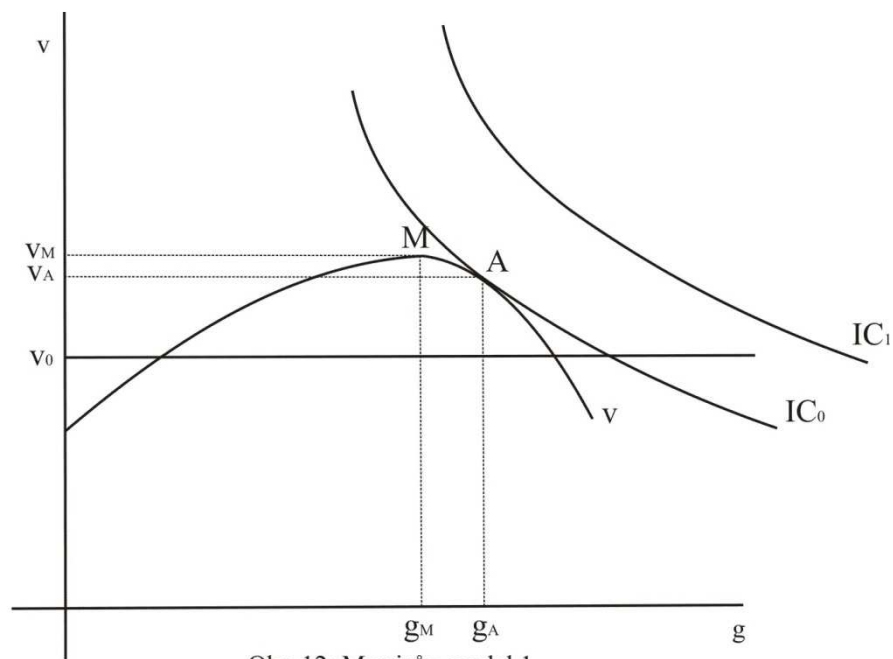


(zdroj: Soukupová 2003: 37)

Obr. 11: Křivka zisku a zhodnocení

Grafické znázornění modelu

Grafické znázornění modelu na obr. 12 je provedeno pomocí indifferenční analýzy. Křivka zhodnocení (v) je totožná s křivkou zhodnocení z obr. 11 a body na a pod ní zachycují kombinace míry zhodnocení a míry růstu, kterých je firma za daných okolností schopna dosáhnout. Jednotlivé indifferenční křivky (IC_0, IC_1) představují kombinace míry růstu a míry zhodnocení přinášející manažerovi shodný užitek s tím, že platí, čím je indifferenční křivka více vzdálena od počátku, tím větší užitek body na ní představují. Na grafu vidíme, že manažer zvolí kombinace míry růstu a míry zhodnocení odpovídající bodu A, v tomto bodě se protíná nejvyšší možná indifferenční křivka (IC_0) s křivkou zhodnocení (pro obě křivky také platí, že mají v tomto bodě stejné směrnice) a manažer dosahuje nejvyššího možného užitku.

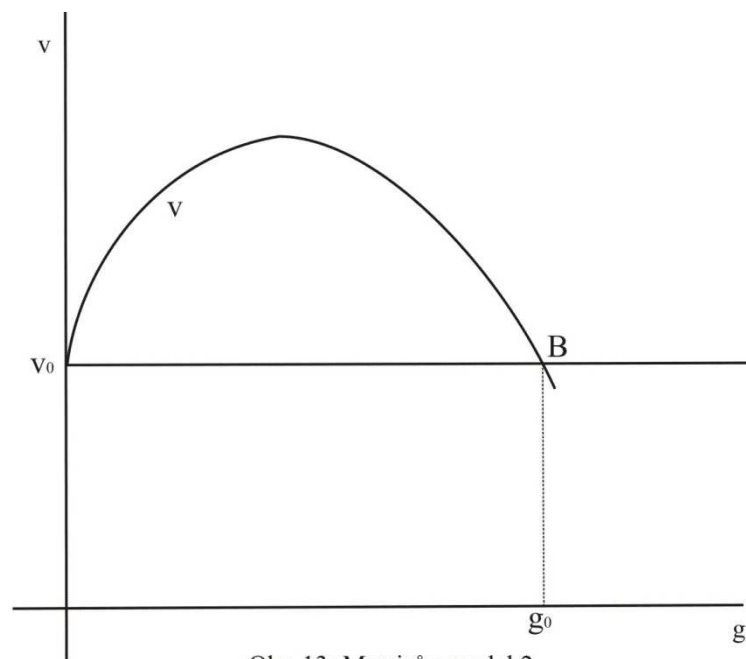


Obr. 12: Marrisův model 1

(zdroj: Soukupová 2003:38)

Manažer v Marrisově modelu se tedy snaží přizpůsobit maximální udržitelnou míru růstu firmy rozumné míře jistoty (míře zhodnocení), že nedojde k násilnému převzetí cizí firmou.

Existuje i alternativní metoda stanovení míry růstu firmy, která sice nevychází přímo z funkce manažerova užitku, ale je jí možné použít jako nástroj pro stanovení bezpečné míry růstu firmy. Metoda spočívá v tom, že manažer stanoví určitou minimální bezpečnou míru zhodnocení, která uspokojí vlastníky a především zajistí dostatečnou ochranu před převzetím (Marris jako příklad uvádí $v = 0,1$). Pro tu je poté zvolena nejvyšší možná míra růstu. Tento mechanismus je znázorněn na obr. 13. (Pošta 2006: 82-83)



Obr. 13: Marrisův model 2

(zdroj: Pošta 2006:83)

Rozdíly v chování firmy ve Marrisově modelu a firmy maximalizující zisk

Firma v Marrisově modelu na rozdíl od firmy maximalizující zisk:

- roste rychlejším tempem,
- dosahuje nižšího krátkodobého zisku.

Zhodnocení Marrisova modelu

Užitek manažerů v Marrisově modelu je funkcí míry růstu firmy a míry zhodnocení za dodržování podmínky minimální míry zhodnocení. Činnosti manažerů v tomto modelu i přesto, že je opět zaměřena na maximalizaci jejich užitku, nemusí být v rozporu s cíli vlastníků. Ti by sice podle neoklasiků preferovali vyšší současný zisk na úkor míry růstu firmy, avšak dá se očekávat, že vyšší míra růstu firmy povede k vyššímu zisku (a tedy i dividend pro vlastníky), než by bylo dosaženo prostou maximalizací zisku.

Slabinou modelu je jeho opomíjení faktu, že reálná firma operuje v prostředí nejistoty. Model tiše předpokládá, že veškeré investice povedou k růstu firmy, který zajistí vyšší

zhodnocení v budoucnu a umožní další růst firmy. V praxi přitom není možné zaručit, že investované prostředky se firmě vrátí.

Další slabinou modelu je, že firma při svém růstu nebere v potaz hranice možností růstu firmy; reálná firma by málokdy byla schopna neustálého dlouhodobého růstu. Hranicí pro růst firmy, může být omezená velikost tržní poptávky, s narůstající velikostí také rostou administrativní náklady na řízení firmy.

Model není kvůli své specializaci příliš vhodný pro obecný popis ekonomické reality, ale je možné jej aplikovat na zkoumání chování firem, které se zaměřují na rychlý růst.

3.1.5 Aplikovatelnost manažerských modelů firmy

Manažerské teorie firmy popisují případy, kdy ve firmách dochází k oddělení vlastnictví od kontroly a o chování firem rozhodují najatí manažeři. Modely se snaží vysvětlit, proč se chování firem řízených manažery odchyluje od neoklasické teorie firmy, která předpokládá maximalizaci zisku.

Pro všechny modely platí, že se manažer snaží, a díky existenci asymetrické informace je do určité míry schopen, maximalizovat svůj užitek na úkor zájmů vlastníků firmy. Manažeři však i přes svou informační převahu musí respektovat cíle vlastníků, ty jsou v modelech zastoupeny minimální požadovanou mírou zisku (ve Williamsonově a Baumolově modelu) respektive minimální mírou zhodnocení (v Marrisově modelu).

Dalším společným aspektem manažerských modelů je zahrnutí růstu firmy. V Marrisově modelu je míra růstu přímo součástí funkce užitku manažera, nepřímo se však vyskytuje i ve zbylých modelech. V dynamické verzi Baumolova modelu využívá manažer růst firmy k maximalizaci dlouhodobých příjmů firmy. Ve Williamsonově modelu je míra růstu spjata s nadměrnými náklady na zaměstnance.

Snahou o dosažení vysokého tempa růstu manažeři nepřímo plní cíl vlastníků. U rychle rostoucí firmy sice dochází k dosahování menšího zisku a tím pádem i dividend pro vlastníky v krátkém období. V dlouhém období však zisky firmy se zaměřením na růst dosahují vyšších zisků než firmy zaměřené na maximalizaci krátkodobého zisku. Cíle managementu a vlastníků v manažerských modelech tedy nemusí být natolik rozdílné, jak by se na první pohled mohlo zdát.

Manažerské teorie jsou stejně jako neoklasická teorie firmy založeny na principu optimalizace a využívají matematicko-grafické metody, které jsou integrovatelné do neoklasické teorie. Jejich uplatnění proto vidím jako doplněk neoklasické teorie, pomáhající objasnit chování firem nemaximalizujících zisk.

3.2 Behaviorální teorie firmy

Behaviorální teorie upozorňuje na fakt, že proces rozhodování a formování cílů uvnitř firmy není jednoduchý a neúčastní se ho pouze vlastníci, jak postulují neoklasická teorie, či vrcholový management, jak předpokládají manažerské teorie firmy.

Neoklasická teorie předpokládá, že firma je homogenní celek, avšak složitá organizační struktura dnešních firem vede ke vzniku různých zájmových skupin uvnitř podniku (na tento problém jako první upozornil ve svém modelu Simon). Tyto zájmové skupiny mohou mít odlišné preference a na základě nich stanovují svoje vlastní cíle, které se následně snaží promítnout do chování firmy.

Mezi základní zájmové skupiny se řadí vlastníci, management a řadoví zaměstnanci; tyto skupiny jsou dále členěny (například na majoritní a minoritní akcionáře atd.) dle potřeby v konkrétních behavioristických modelech. Relativní vyjednávací síla těchto skupin se v čase může měnit a skupiny mohou uzavírat či rušit dočasné koalice. Výsledkem tohoto chování bude stanovení množiny dílčích cílů firmy, které jsou formulovány ve formě omezujících podmínek určité úrovně.

Společným znakem behaviorálních teorií je tedy potlačení maximalizačních principů běžně užívaných v neoklasické teorii a manažerských modelech. Optimalizační chování je zde nahrazeno snahou o dosahování určité uspokojivé míry naplnění dílčích cílů firmy. Mluvíme zde o nástupu Teorie uspokojení, která nahrazuje neoklasické maximalizační chování.

Mezi reprezentanty behavioristických modelů firmy se řadí Simonův model, Cyertův a Marchův model a Doyleův model zón tolerance.

3.2.1 Simonův model

Základní stavební kámen behaviorálním teoriím položil roku 1959 Američan Herbert Alexander Simon publikací svého modelu aspirační úrovně. Cílem firmy v Simonově modelu je přežít na trhu. Tento velmi zobecněný cíl má v praxi podobu přijímání takových rozhodnutí, která jsou přijatelná pro jednotlivé zájmové skupiny uvnitř firmy. Simonův model se tedy zaměřuje na proces tvorby těchto dílčích cílů ve firmě.

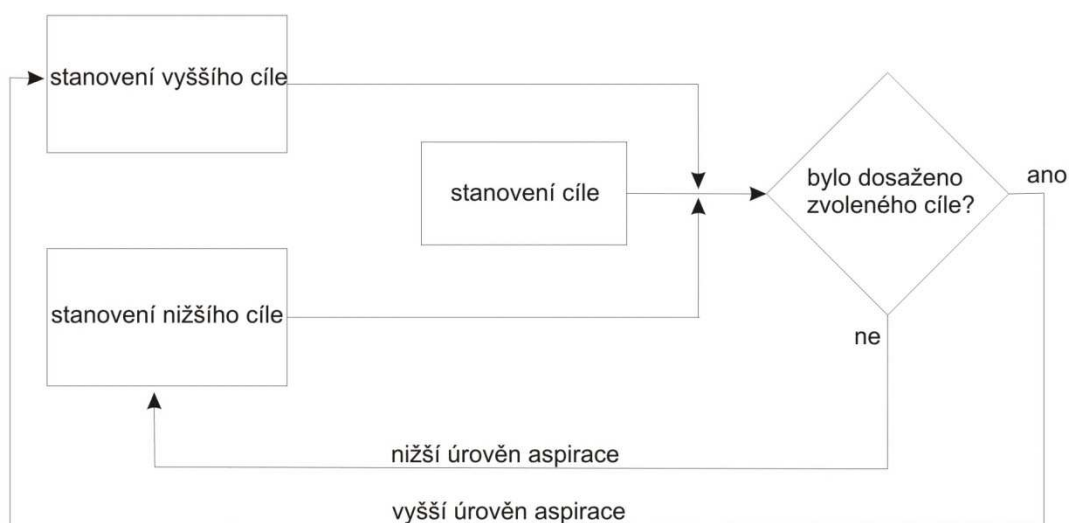
Neoklasická teorie firmy se problematikou rozhodovacích procesů ve firmě nezabývá, namísto toho zkoumá pouze výsledky těchto rozhodnutí (v podobě velikosti příjmů, nákladů, atd.).

Princip fungování Simonova modelu

Na obr. 14 je znázorněn Simonův popis procesu formování cílů uvnitř firmy. Management nejprve na základě vyjednávání zájmových skupin uvnitř firmy stanoví cíle firmy. Tyto cíle jsou s určitým časovým odstupem vyhodnoceny; pakliže firma daných cílů dosáhla, zvýší se úroveň její aspirace, management stanoví nové, ambicióznější cíle a celý proces se opakuje.

Pomocí postupného úspěšného plnění cílů a zvyšováním úrovně aspirací může dokonce dojít k naplnění cílů, které jsou totožné s maximalizačními tedy neoklasickými cíli.

Nedojde-li k dosažení stanovených cílů, firma se snaží o nalezení nápravných řešení, identifikaci a odstranění příčin, kvůli kterým nebylo cílů dosaženo. Zároveň dochází k snížení úrovně aspirace firmy a stanovují se nové, dosažitelnější cíle. (Skála 2005: 70-71).



Obr. 14: Simonův model

(zdroj: Soukup 2001: 107)

Zhodnocení Simonova modelu

Simon ve svém modelu jako první upozornil na problematiku rozhodovacích procesů uvnitř firmy, tedy na problematiku, kterou neoklasická teorie zcela ignoruje.

Jeho hlavním přínosem bylo upozornění na fakt, že rozhodování uvnitř firmy je komplikovaný proces a vzhledem k složité organizační struktuře dnešních firem do něj zasahují různé zájmové skupiny uvnitř firmy; nevýhodou modelu naopak je, že se nezabývá ostatními aspekty teorie firmy.

Slabinou Simonova modelu, a v podstatě všech behaviorálních teorií, je absence matematické a grafické analýzy problému. Model je podpořený pouze verbální argumentací.

Význam modelu tedy spočívá spíše v rozpoutání diskuze a položení základů pro vznik dalších behaviorálních teorií.

3.2.2 Cyertův a Marchův model

V roce 1963 navázali Američané Richard M. Cyert a James G. March na práci H. A. Simona a formulovali nejvýznamnější behaviorální model firmy. Model se soustředí na rozhodovací procesy uvnitř velké korporace působící na nedokonalých trzích a v prostředí nejistoty.

Skutečnému stavu reálných firem se oproti neoklasické teorii značně přiblížili, když firmu v jejich modelu popsali jako složitou organizaci s mnoha rozhodovacími centry a rozsáhlým spektrem cílů, ve které působí různé zájmové skupiny.

Zájmové skupiny mající vliv na rozhodování firmy se dělí na tzv. interní a externí hráče.

<u>interní hráči</u>	<u>externí hráči</u>
vrcholový management	akcionáři
nižší management	věřitelé
administrativa	dodavatelé
odboroví předáci	zákazníci
vysoce kvalifikovaní zaměstnanci	
běžní zaměstnanci	

Tyto zájmové skupiny mají na základě svých preferencí stanoveny odlišné cíle, které se snaží prosadit do rozhodovacích procesů firmy. Pro zvýšení své relativní vyjednávací síly mezi sebou uzavírají zájmové skupiny dočasné či dlouhodobé koalice a vzájemně se podporují proti ostatním skupinám a koalicím. Výsledkem těchto sociálních her jsou kompromisy, které určují chování a cíle firmy. (Skála 2006: 272)

Cíle firmy v modelu

Cíle jednotlivých zájmových skupin, a tím pádem i výsledné cíle firmy, se mění v čase v závislosti na relativní vyjednávací síle zájmových skupin a koalic uvnitř firmy, v závislosti na postavení firmy vůči konkurenci a na postavení stejných zájmových skupin

u konkurenčních firem. Tyto faktory určují okamžitou úroveň aspirace zájmové skupiny. (Skála 2006: 273)

Cyert a March cíle firmy, ve formě omezujících podmínek určité výše, rozdělili do 5 základních oblastí:

a) Výroba

V oblasti výroby může mít cíl dvě podoby. Může se jednat o zajištění plynulosti výroby, čehož může být dosaženo stanovením maximální možné změny objemu produkce v určitém období, anebo o dosažení určitého objemu produkce.

O tyto cíle nemusí usilovat pouze skupiny a koalice, jejichž hlavní zájmy spočívají ve výrobě, neboť naplňování cílů v oblasti výroby se projevuje i v stabilitě zaměstnanosti.

b) Zásoby

Při stanovování cílů v oblasti zásob vstupů a i výstupů je důležité myslet na to, že ani příliš malá ani příliš vysoká úroveň zásob nejsou žádoucí. Malé úrovně mohou ohrozit plynulost provozu (v případě vstupů) nebo prodej (v případě výstupů) a naopak velké úrovně zásob na sebe vážou zbytečně velké množství finančních prostředků.

Různé požadavky na úroveň zásob mohou mít jak oddělení výroby, zásobování, prodeje, tak i externí hráči jako jsou zákazníci.

c) Prodej

Prodej je do jisté míry cílem všech zájmových skupin, protože zajišťuje dlouhodobé přežití firmy, avšak jsou skupiny, pro které je důležitější (management). U prodeje může být sledován fyzický objem prodeje či hodnota tržeb.

d) Podíl na trhu

Je alternativou k prodeji. Preferují ho skupiny, pro které je důležité srovnávání s konkurencí (management, prodejní manažeři).

e) Zisk

O zisk budou mít zjevný zájem skupiny, jejichž důchod se od něj přímo odvíjí; do této skupiny patří zejména akcionáři. Zájem o zisk bude mít také management, kterému může sloužit jako měřítko úspěšnosti. Zisk bývá vyjadřován ve formě zisku na akcii či návratnosti investic.

Od těchto cílů se následně odvíjí politika firmy (úroveň cen, výroba, prodej, atd.). (Skála 2006: 272-274)

Z důvodu množství, rozdílnosti a možných změn ve sledovaných cílech nebude firma schopna efektivního maximalizačního chování ve vztahu k jednomu či několika zvoleným cílům, nýbrž se bude snažit o dosahování uspokojivé úrovně všech dílčích cílů. V modelu dále platí, že je-li implementováno řešení, které vyhovuje všem zainteresovaným stranám, firma nebude mít snahu o nalezení nového, výhodnějšího řešení.

Impulzem pro hledání nového řešení bude až změna podmínek (např. vytvoření nové silné koalice, která začne prosazovat své zájmy), která učiní stávající řešení pro některou ze skupin či koalic nepřijatelné. Nalezením prvního uspokojivého řešení proces hledání končí a firma přechází k jeho implementaci.

Z předchozího rozdělení vyplývá, že firma se bude snažit naplnit různorodé cíle a při rozhodování musí brát v potaz omezující podmínky dané jednotlivými zájmovými skupinami. Jako východisko nabízejí Cyert a March 3 rady:

- decentralizaci rozhodování a cílů,
- postupné naplňování cílů,
- odstranění firemní „lenosti“.¹

(Skála 2006: 273)

Zhodnocení Cyertova a Marchova modelu

Model navazuje na Simonovu práci a snaží se jeho myšlenky aplikovat do teorie firmy. Model Cyerta a Marche popisuje firmu a její prostředí v podobě, která má mnohem blíže reálným firmám vyskytujícím se v dnešních ekonomikách, než je tomu u firmy, se kterou pracuje neoklasická teorie.

Přínosem modelu oproti neoklasické teorii je, že zkoumá možné chování zájmových skupin uvnitř i vně firmy, jejich vliv na rozhodovací procesy, tvorbu cílů a politiku firmy.

Model uvádí, že namísto maximalizačního (neoklasického) chování se firma snaží o dosažení „uspokojivých“ výsledků v několika zvolených směrech. Tato argumentace však není podložena ani matematickou ani grafickou analýzou a spoléhá pouze na verbální argumentaci, což je také hlavní slabinou modelu.

¹ Firemní „lenost“ (organizational slack) vzniká jako důsledek výjimečnosti některé ze skupin ve firmě. Tato skupina pak může vydírat ostatní členy koalice. Firma se díky chování této skupiny stává neefektivní („líná“).

3.2.3 Doylův model

Posledním zkoumaným a také nejnovějším behaviorálním modelem je model zón tolerance z roku 1994, jehož autorem je Peter Doyle. Stejně jako v předešlém modelu Cyerta a Marche, i tento model vychází ze Simonovy analýzy zájmových skupin ovlivňujících rozhodovací procesy firmy. Také v tomto modelu firma sleduje nikoliv jeden, ale celou řadu dílčích cílů. Každá zájmová skupina preferuje různé dílčí cíle s různou intenzitou.

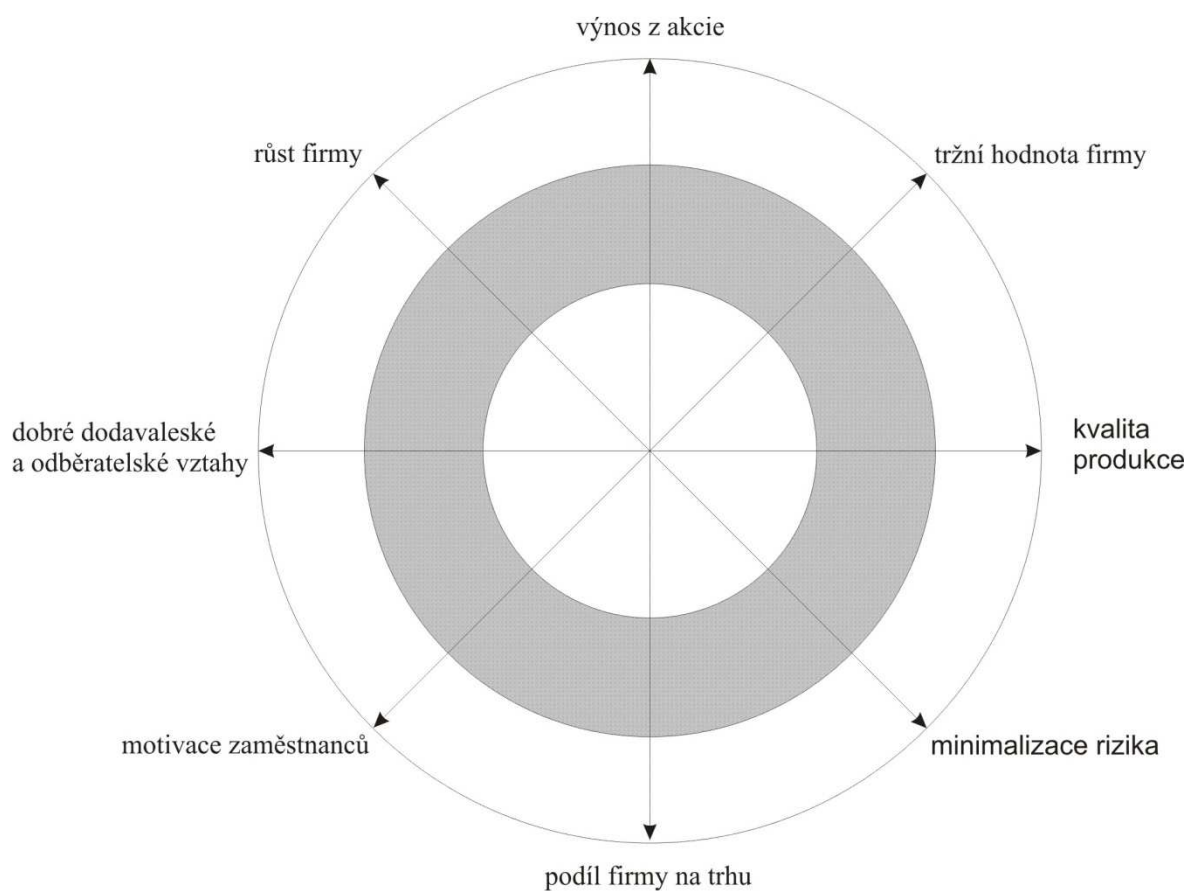
V Doylově modelu firma současně sleduje tyto cíle:

- výnos z akcie,
- tržní hodnotu firmy,
- kvalitu produkce,
- minimalizaci rizika,
- podíl firmy na trhu,
- motivace zaměstnanců,
- dobré dodavatelské a odběratelské vztahy,
- růst firmy.

Na obr. 15 je znázorněn model zón tolerance. Orientace na naplnění jednotlivých cílů je znázorněna posunem po paprsku od středu kružnice směrem k jejímu okraji. Zvýrazněná plocha představuje zónu tolerance, tedy prostor, kde je míra plnění jednotlivých cílů přijatelná pro všechny zájmové skupiny firmy.

Cílem managementu je rozšiřovat tuto zónu (vyjednávací prostor), čímž zajistí stabilní podmínky pro existenci firmy. Rozšíření zóny tolerance mohou manažeři dosáhnout omezováním přehnaných požadavků, zlepšením komunikace mezi zájmovými skupinami, hledáním společných zájmů, posilováním neformálních vazeb mezi skupinami atd.

Nerovnovážné situace odpovídají vnější i vnitřní zóně (bíle označené). Vnější zóna představuje situace, kdy je brán příliš velký důraz na některé cíle a ty ostatní jsou k nevoli některých zájmových skupin zanedbávány. Vnitřní zóna ukazuje, že firma nenaplnuje svým chováním ani minimální očekávání některých skupin. Pohyb v těchto zónách je nežádoucí, neboť může vyvolat silnou nevoli zájmových skupin uvnitř organizace. (Skála 2005: 74-75)



(zdroj: Soukup 2001: 108)

Obr. 15: Zóny tolerance

Měření výkonnosti firmy

Doyle ve svém modelu stanovil 5 hlavních kritérií, podle kterých firmy hodnotí úspěch či neúspěch firmy. Za těmito kritérii je možné si představit jeden či více výše popsaných cílů.

Mezi tyto kritéria Doyle řadí:

- zisk,
- tržní podíl,
- ukazatele kapitálového trhu,
- růst díky akvizicím,
- ostatní cíle (především spokojenost zaměstnanců).

Každé z těchto kritérií zastupuje zájmy jedné či více skupin majících vliv na prosperitu firmy. Těmito skupinami jsou vlastníci, management, zaměstnanci, zákazníci, věřitelé a ostatní skupiny (vládní instituce, dodavatelé, atd.).

Upřednostnění jednoho z kritérií (cílů) = cesta do potíží

Nebezpečím je vznik situace, při níž se management zaměří pouze na jeden z ukazatelů. To sice má za následek zvýšenou spokojenost jedné či více zájmových skupin, pro něž je daný cíl klíčový, avšak z důvodů vzájemné konfliktnosti cílů bude zhoršena situace ostatních skupin (vlastníci nespokojení s velikostí pobíraných dividend mohou sesadit vedení firmy atd.). Vznikne napětí mezi skupinami a může být ohrožena existence firmy jako celku.

Dalším problémem může být hodnocení společnosti pouze jedním z kritérií. Toto hodnocení neposkytne úplné a objektivní informace o stavu společnosti (extrémní růst firmy v jednom období zvyšuje finanční riziko, atd.) a neupozorní na případné problémy firmy.

Doyle proto tvrdí (a na základě empirických dat dokazuje), že úspěšná firma musí sledovat celou skupinu dílčích cílů a zdraví firmy hodnotit z více hledisek. Je jí to zčásti umožněno i tím, že skupiny se chovají racionálně vzhledem k možnostem firmy, jejich požadavky jsou reálné a usilují spíše o dosažení uspokojivé hodnoty naplnění svého cíle než o jeho maximalizaci.

Zhodnocení Doylova modelu

Z Doylova modelu vyplývá, že firma neusiluje o maximalizaci zisku (ani jiné veličiny), a to z důvodu snahy o udržení stability firmy. Na místo toho usiluje o uspokojivé naplňování dílčích cílů preferovaných různými zájmovými skupinami.

Model dobře analyzuje proces formování cílů uvnitř firmy, sleduje chování zájmových skupin, jejich postoje k cílům firmy a k cílům ostatních skupin. Nabízí kritéria hodnocení výkonnosti firmy. Negativem standardním pro behaviorální teorie je zacílení pouze na studii rozhodovacích procesů a opomíjení dalších aspektů teorie firmy.

3.2.4 Aplikovatelnost behaviorálních teorií

Behaviorální teorie jsou zaměřeny na vzájemné interakce zájmových skupin uvnitř i vně firmy. Tyto skupiny ve svém zájmu různou mírou ovlivňují chování a tvorbu cílů firmy. Touto problematikou se neoklasická teorie firmy nezabývá, a tudíž firma, se kterou behaviorální teorie pracují, má mnohem blíže reálným firmám vyskytujícím se v dnešních ekonomikách.

Slabinou behaviorálních teorií je fakt, že na rozdíl od neoklasické verze behaviorální teorie firmy kvůli své specifické zaměřenosti nedávají odpovědi na ostatní aspekty teorie firmy (stanovení optimálního výstupu, atd.). Všechny modely jsou podloženy pouze verbální argumentací a neobsahují jasnou matematickou či grafickou analýzu problémů.

Behaviorální teorie tedy nejsou schopny úplně nahradit neoklasickou teorii firmy, ale mohou posloužit jako vhodný jako doplněk neoklasické teorie.

3.3 Wardův model zaměstnanecké firmy

Zejména v menší firmě může dojít k situaci, kdy je těžké oddělit vlastníky firmy od zaměstnanců (může se jednat o jednoho jediného člověka); nejznámějším modelem zabývajícím se touto problematikou je Wardův model. Wardův model pracuje s následujícími předpoklady.

Předpoklady Wardova modelu

- Práce je ve firmě homogenní prvek, každý zaměstnanec odvede stejné množství práce.
- Výsledek firmy (zisk či ztráta) je dělen mezi všechny zaměstnance firmy rovným dílem.
- Malá firma zkoumaná ve Wardově modelu je na trhu výstupů cenovým příjemcem.
- Firma vyrábí pouze jeden statek Q , k tomu využívá výrobní faktory práce a kapitál.
- Firma se nachází na dokonale konkurenčních trzích vstupů, všechny vstupy nakupuje za tržní cenu.
- Nacházíme se v krátkém období, kde firma operuje s fixním objemem kapitálu, k tomu najímá práci a platí zákon klesajících výnosů z variabilního vstupu.
- Firma nevlastní žádný kapitál, veškerý najímá prostřednictvím trhu.

Ve Wardově modelu firma (v praxi by se jednalo zejména živnostníky nebo družstvo) usiluje o maximalizaci příjmů na zaměstnance (y). Příjem zaměstnance se skládá ze mzdy (w) a zaměstnancově podílu na výsledku firmy. Funkci, kterou se bude zaměstnanecká firma snažit maximalizovat, můžeme zapsat jako:

$$y = w + \frac{\pi}{L} \quad (55)$$

kde L je počet zaměstnanců ve firmě.

Funkce zisku zde má standardní tvar

$$\pi = TR - TC \quad (56)$$

což se dá zapsat také jako

$$\pi = P * Q - w * L - r * K \quad (57)$$

kde r je renta (tedy cena kapitálu) a K je množství najatého kapitálu.

Dosazením funkce zisku do funkce příjmu na zaměstnance dostaneme rovnici:

$$y = w + \frac{P * Q - w * L - r * K}{L} \quad (58)$$

a jejím upravením

$$y = \frac{P * Q - r * K}{L} \quad (59)$$

$$y = \frac{TR - FC}{L} \quad (60)$$

Z finální podoby rovnice vidíme, že naplnění hlavního cíle firmy (maximalizovat příjem na zaměstnance) je závislé na počtu zaměstnanců firmy.

Oproti tomu může být na první pohled překvapující, že mzda, kterou zaměstnanci pobírají, není v cílové funkci zaměstnanecké firmy zahrnuta, a tedy její velikost nemá vliv na příjem zaměstnanců. To je způsobeno tím, že případné zvýšení vyplácených mezd by se rovnoměrně promítlo do nákladů firmy a tím pádem by došlo ke snížení zisku firmy. Část příjmu zaměstnanců, představující podíl na výsledku firmy, by byla snížena a zaměstnanec by měl ve finále stejný příjem jako před zvýšením mzdy.

V reálném ekonomickém prostředí by dokonce mohlo být v zájmu zaměstnanecké firmy vyplácet co nejnižší mzdy zaměstnancům (na hranici minimální zákonem stanovené mzdy). Náklady na tu část příjmu zaměstnanců, kterou obdrží ve formě mzdy, jsou z důvodů existence zdravotního a sociálního pojištění vyšší než náklady, které jsou spojeny s rozdělením ekonomického výsledku firmy (obou je samozřejmě placena daň z příjmu). Toto řešení by sebou však mohlo přinášet i nevýhody pro zaměstnance (vlastníky) firmy

neboť z důvodů nízké vykazované mzdy se mohou vyskytnout problémy při žádosti o úvěr nebo při výpočtu starobního důchodu.

Optimum zaměstnanecké firmy v krátkém období

V krátkém období není firma schopna změnit objem najímaného kapitálu, a proto považujeme objem kapitálu za fixní a označujeme jako K_0 . Omezení firmy představuje technologie, kterou disponuje; tu lze popsat pomocí produkční funkce $Q = f(L, K_0)$.

Pro nalezení optima zaměstnanecké firmy dosadíme produkční funkci do cílové funkce zaměstnanecké firmy a její derivaci podle L postavíme rovnou nule.

$$\frac{dy}{dL} = \frac{L * P * \frac{dQ}{dL} - P * Q + r * K_0}{L^2} = 0 \quad (61)$$

Rovnici upravíme do tvaru

$$P * \frac{dQ}{dL} = \frac{P * Q - r * K_0}{L} \quad (62)$$

$$MRP_L = \frac{TR - FC}{L} \quad (63)$$

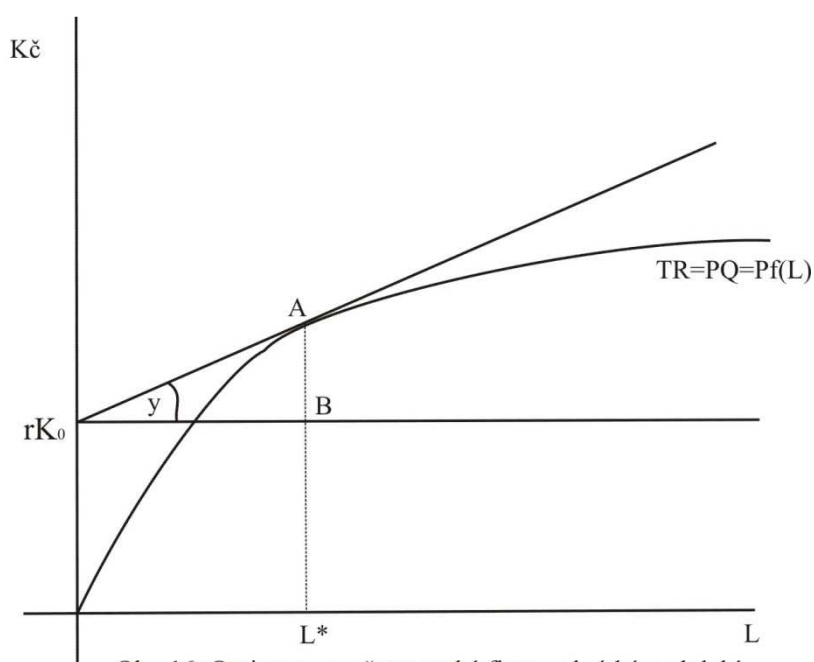
Z toho vyplývá, že firma maximalizuje příjem na zaměstnance tehdy, když se příjem z mezního produktu práce (MRP_L) rovná příjmu na jednoho zaměstnance.

Grafické znázornění optima zaměstnanecké firmy

Pro nalezení optima zaměstnanecké firmy, tedy maximálního příjmu na zaměstnance, je nutné nalézt takový objem práce, při kterém bude největší rozdíl mezi příjmy a fixními náklady na jednotku práce.

Na obr. 16. vidíme část křivky celkových příjmů (TR), křivka roste klesajícím tempem, což je způsobeno zákonem klesajících výnosů z variabilního vstupu. Horizontální přímka

rovnoběžná s osou x představuje fixní náklady firmy. Směrnice přímek vycházejících z průsečíku vertikální osy a přímkou fixních nákladů představují velikost příjmů na zaměstnance. Maximální příjmy na zaměstnance tedy představuje přímka s nejvyšší směrnici, která je zároveň tečnou křivky celkových příjmů firmy.



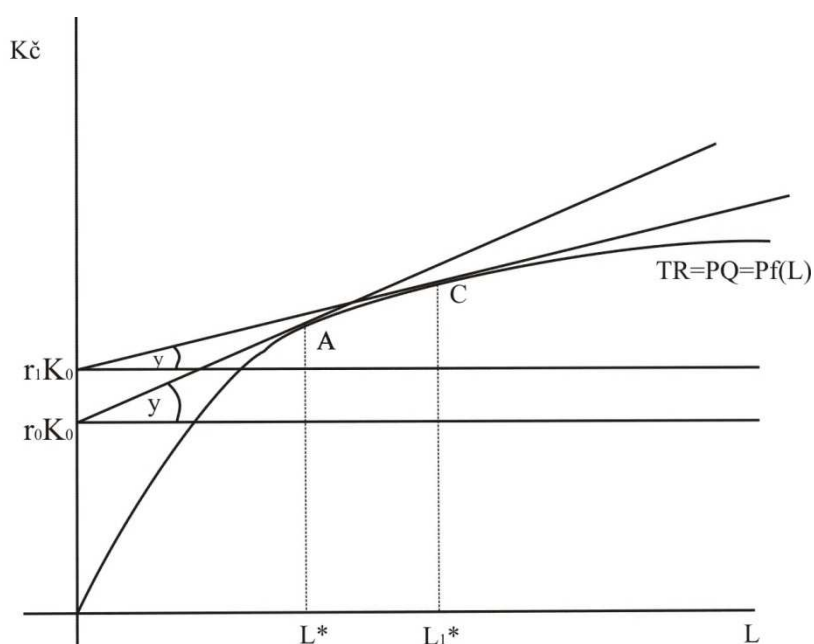
Obr. 16: Optimum zaměstnanecké firmy v krátkém období
(zdroj: Soukup 2001: 111)

Optimum tedy v našem případě označuje přímka, která je tečnou křivky celkových příjmu v bodě A, tomu odpovídá množství najaté práce L^* . Z grafu vidíme, že kdyby se firma rozhodla najmout množství práce L_0 , dosahovala by menšího příjmu na zaměstnance (menší směrnice pomocné přímkou) a tedy by se chovala z hlediska Wardova modelu suboptimálně.

Reakce zaměstnanecké firmy na zvýšení fixních nákladů

Zvýšení ceny kapitálu z r_0 na r_1 má za následek změnu fixních nákladů na zaměstnance, která nevyvolá zvýšení příjmů na zaměstnance. Aby bylo dosaženo opětovné maximalizace příjmů na zaměstnance, musí zaměstnanecká firma na tuto změnu reagovat.

Na obr. 17 je znázorněna reakce zaměstnanecké firmy na zvýšení ceny kapitálu. Zvýšení ceny kapitálu má za následek posun přímky fixních nákladů nahoru. Pomocí přímky vycházející z nového průsečíku přímky fixních nákladů s vertikální osou zjistíme, že nové optimum zaměstnanecké firmy se nachází v bodě C a odpovídá mu množství najaté práce (zaměstnanců) L_1^* . V novém optimu došlo ke zvýšení najímané práce a příjmy na zaměstnance (směrnice pomocné příjmy) byly sníženy.



Obr. 17: Optimum zaměstnanecké firmy při změně r
(zdroj: Soukup 2001: 112)

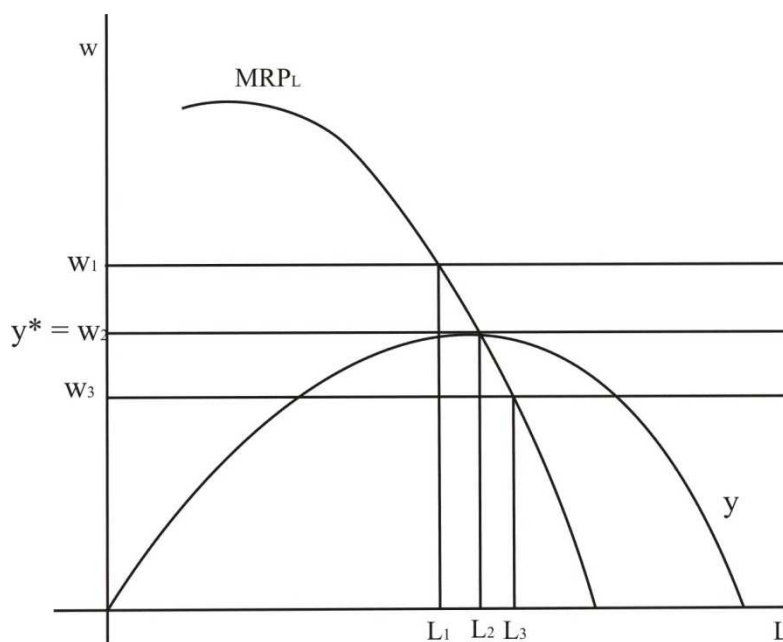
Z toho vyplývá, že zaměstnanecká firma reaguje na zvýšení ceny kapitálu zvýšením počtu zaměstnanců, což má za následek snížení fixních nákladů na zaměstnance. Toto chování je odlišné od chování neoklasické firmy v krátkém období.

Neoklasická firma dodržuje tzv. zlaté pravidlo o rovnosti mezních nákladů a mezních příjmů, přičemž platí, že mezní náklady jsou v krátkém období závislé pouze na variabilních nákladech, tedy na práci. Firma maximalizující zisk, tedy na rozdíl od zaměstnanecké firmy při stanovení optima nebere v potaz změny fixních nákladů.

Vliv změny mzdové sazby na zaměstnaneckou firmu

Na obr. 18 můžeme sledovat rozdílné chování zaměstnanecké a neoklasické firmy, dojde-li ke změně mzdové sazby (w). Neoklasická firma ve snaze maximalizovat zisk najímá takové množství práce, při kterém platí $MRP_L = MFC_L$. Tedy rovnost příjmu z mezního produktu práce (MRP_L) a mezních nákladů na faktor práce (MFC_L).

Vzhledem k tomu, že firma poptává práci na dokonale konkurenčním trhu, budou náklady na každou dodatečnou jednotku práce konstantní a rovny mzdové sazbě; platí tedy, že $MFC_L = w$. Neoklasická firma tedy pro každou ze tří stanovených úrovní mzdové sazby najímá jiné množství práce. Přičemž platí, že se snižující se úrovní mzdy firma najímá vyšší počet zaměstnanců.



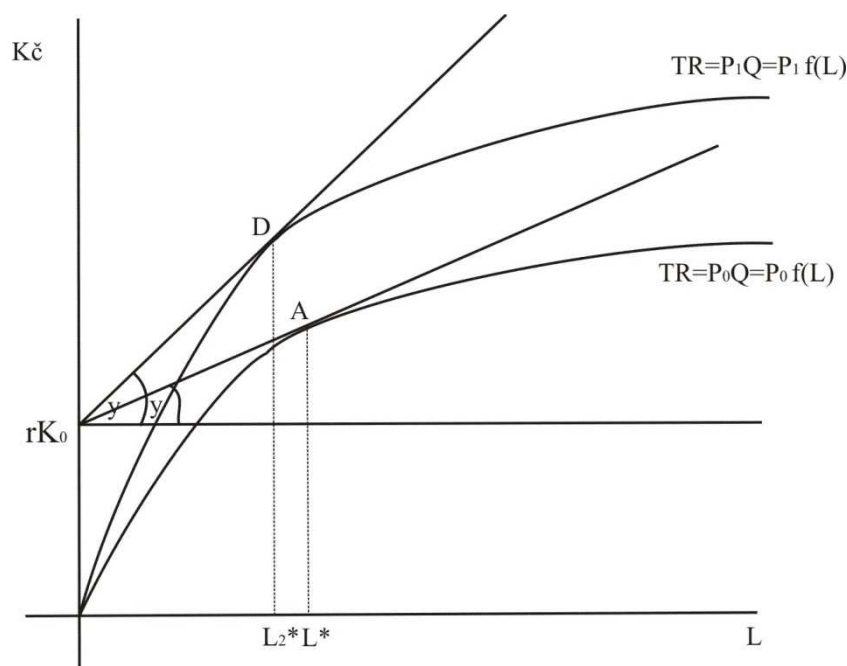
Obr. 18: Reakce zaměstnanecké firmy na změny mzdové sazby
(zdroj: Soukup 2001: 112)

Zaměstnanecká firma při rozhodování o počtu zaměstnanců mzdovou sazbu ignoruje. Namísto toho firma ve Wardově modelu sleduje křivku příjmů na zaměstnance (y) a udržuje takový počet zaměstnanců, při kterém dosahuje nejvyššího možného příjmu na zaměstnance, nehledě na to, jak se mění mzdová sazba.

Klesne-li například mzdová sazba na úroveň w_3 , neoklasická teorie předpokládá, že firma zvýší počet najatých jednotek práce na L_3 ; zaměstnanecká firma však na tuto změnu mzdové sazby nezareaguje a bude stále najímat počet zaměstnanců L_2 přinášející maximální příjem na zaměstnance (y^*).

Nabídka zaměstnanecké firmy v krátkém období

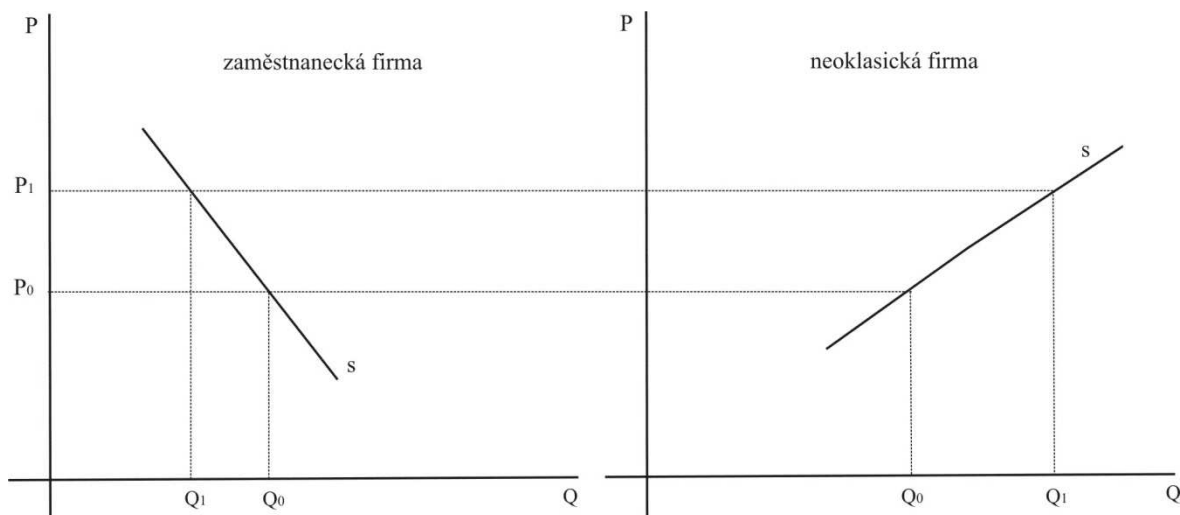
Pro odvození křivky nabídky zaměstnanecké firmy předpokládejme zvýšení ceny výstupu firmy (statku Q) z P_0 na P_1 způsobené například změnou preferencí spotřebitelů. Neoklasická firma maximalizující zisk by na tuto změnu zareagovala (přes opětovné vyrovnaní mezních příjmů a mezních nákladů) nabízením většího množství statku, k čemuž by byla nucena najmout větší množství jednotek práce.



Obr. 19: Reakce zaměstnanecké firmy na zvýšení ceny produkce

Reakce zaměstnanecké firmy, jak vidíme na obr. 19, je opačná. Zvýšení ceny statku Q za jinak stejných podmínek vede k posunu křivky příjmů směrem nahoru. Použijeme-li k nalezení optima metodu přímky vycházející z průsečíku křivky fixních nákladů s vertikální osou, zjistíme, že v novém optimu (bod D) firma najímá menší počet jednotek práce, tedy zaměstnanců, než před zvýšením ceny Q . Pokles zaměstnanců ve firmě má za

následek snížení produkce firmy. Křivka nabídky zaměstnanecké firmy v krátkém období je tudíž na rozdíl od křivky nabídky neoklasické firmy klesající (viz obr. 20).



Obr. 20: Křivka nabídky zaměstnanecké a neoklasické firmy v krátkém období

Velký důraz kladen na volbu optimálního počtu zaměstnanců v zaměstnanecké firmě

Z výše popsaných souvislostí vyplývá, že pro zaměstnaneckou firmu je klíčové stanovení optimálního počtu zaměstnanců. Na jedné straně se s rostoucím počtem zaměstnanců snižují fixní náklady na zaměstnance. Proti tomu však stojí fakt, že při nižším počtu zaměstnanců je dosahováno vyšších příjmů na zaměstnance. Firma tedy volí optimální počet zaměstnanců na základě porovnání mezního dopadu změny počtu zaměstnanců na příjem na zaměstnance a na velikost fixních nákladů na zaměstnance. (Soukup 2001: 109-114)

Rozdíly v chování zaměstnanecké firmy a firmy maximalizující zisk

Zaměstnanecká firma dle Wardova modelu na rozdíl od firmy maximalizující zisk:

- mění množství najaté práce v závislosti na změnách ceny kapitálu (fixních nákladů),
- nereaguje na změny mzdové sazby změnou množství najaté práce,
- má v krátkém období klesající křivky nabídky.

Aplikovatelnost Wardova modelu

Ve Wardově modelu je hlavním cílem firmy maximalizace příjmu na zaměstnance. Poměrně zajímavý je fakt, že ačkoliv je firma řízena pouze vlastníky, nesleduje pro vlastníky tak typický cíl, jakým je maximalizace zisku.

Namísto toho se firma snaží maximalizovat příjem na zaměstnance. S maximalizací příjmu na zaměstnance je úzce spjat počet zaměstnanců firmy, který se podle doporučení modelu mění v závislosti na změnách cen kapitálu a produkce firmy. Je otázkou, nakolik bude firma v praxi schopna a zejména ochotna reagovat na tyto změny operacemi s množstvím zaměstnanců (nebo množstvím odpracovaných hodin). Nedomnívám se, že firma po zaznamenání růstu ceny své produkce bude reagovat snížením objemu výroby.

Tento model, ač aplikovatelný pouze na úzké spektrum firem, nabízí poměrně promyšlenou analýzu chování firmy v případě, že vlastníci jsou jedinými zaměstnanci firmy, navíc podloženou matematickou a grafickou analýzou problematiky, ze které lze vyvodit přesné závěry o chování firmy.

Nevýhodou modelu sice je jeho úzká specializace, avšak v případech, kdy je použitelný, nabízí použitelnou alternativu k neoklasické teorii.

4. Závěr

Cílem diplomové práce bylo nalézt odpovědi na následující otázky

- I. Jaké jsou hlavní rozdíly mezi moderní firmou a firmou, jejíž existenci předpokládá neoklasická teorie firmy, a jaký mají tyto rozdíly dopad na teorii firmy?**
- II. Vysvětlují alternativní teorie chování současných firem lépe než neoklasická teorie firmy?**

Na základě analýzy bylo dosaženo těchto závěrů.

- I. Jaké jsou hlavní rozdíly mezi moderní firmou a firmou, jejíž existenci předpokládá neoklasická teorie firmy, a jaký mají tyto rozdíly dopad na teorii firmy?**

Složitá vlastnická struktura

Dnešní zejména velké firmy a korporace mají oproti neoklasické firmě, která předpokládá jednoho vlastníka, velmi složitou vlastnickou strukturu. Mohou být vlastněny několika společníky, velkým počtem akcionářů, jinými firmami nebo investičními a podílovými fondy.

Nejčastějšími druhem vlastníků jsou v dnešní době drobní či institucionální akcionáři, ti budou mít pravděpodobně zájem pouze o výplatu dividend v určité uspokojivé výši, popřípadě na zhodnocení svých investic na kapitálovém trhu a nebudou projevovat zájem o spolupodílení se na řízení firmy. Manažeři řídící firmu tak mohou získat značný prostor k sledování svých vlastních zájmů na úkor vlastníků (tedy na úkor maximalizace zisku).

Vlastníci však nejsou bezbranní. Nástrojem, kterým do jisté míry tlumí manažerské tendence o maximalizaci vlastního užitku, je protestní hromadný prodej akcií. Nadměrným prodejem vyvolané podhodnocení firmy v praxi často vede k jejímu převzetí a to sebou zpravidla přináší změnu managementu. Toho jsou si manažeři vědomi, a proto musí při řízení firmy požadavky vlastníků respektovat. Snaha manažerů o maximalizaci vlastního užitku na úkor zisku firmy je v praxi též zmírněna faktem, že vrcholoví manažeři jsou velmi často také částečnými vlastníky firem a jako takoví mají přímý zájem na maximalizaci zisku firmy.

Na základě výše popsaných faktů se dá předpokládat, že cíle dnešních firem se sice mohou odklánět od neoklasické maximalizace zisku, avšak z důvodů existence opatření, která brzdí maximalizační úsilí manažerů (hrozba převzetí, vlastnický podíl manažerů,...), nebude tento odklon zásadní. Složitá vlastnická struktura dnešních firem tedy nevylučuje závěry neoklasické teorie.

Oddělení vlastnictví od kontroly

V dnešních firmách je také typický jev oddělování vlastnictví od kontroly. Vlastníci (prostřednictvím představenstva) najímají profesionální manažery, kteří přebírají částečnou či úplnou kontrolu nad chodem firmy. Naproti tomu neoklasická teorie předpokládá, že vlastník firmy je zároveň jedinou osobou, která firmu řídí.

Převezmou-li manažeři kontrolu nad firmou, dá se předpokládat, že se namísto maximalizace zisku zaměří na cíle, ze kterých jim plyne maximální užitek. Za tyto cíle bývají označovány zejména objem a růst tržeb a růst firmy. Tyto na první pohled rozdílné a manažery sledované cíle však na základě empirických dat často vedou k vyšším ziskům firmy v budoucnosti, takže cíle vlastníků a manažerů ve svém důsledku nemusí být v takovém rozporu, jak by se na první pohled mohlo zdát. Neoklasická teorie, i přes tento jev, poskytuje dostatečně přesné predikce ohledně chování firem.

Zájmové skupiny uvnitř firmy a jejich podíl na rozhodování

Do rozhodovacích procesů dnešních firem zasahují různé zájmové skupiny, mající odlišné preference a na základě nich stanovené cíle. Tyto skupiny se snaží prosadit své zájmy do rozhodovacích procesů firmy, který se tím stává poměrně komplikovaným. Neoklasická teorie považuje firmu za homogenní celek, kde jsou rozhodnutí formována jednotně ve prospěch maximalizace zisku, a existencí zájmových skupin se nezabývá.

V diplomové práci nebylo dokázáno, že existence zájmových skupin vylučuje schopnost firmy maximalizovat zisk. Dá se očekávat, že i zájmové skupiny uvnitř firmy si uvědomují významnou úlohu, kterou zisk hraje v dnešních firmách, a tudíž maximalizaci zisku bránit nebudou.

Namísto dokonalé informace nejistota

V dnešním dynamickém prostředí je firma nucena pohotově reagovat na změny na trzích, útoky konkurence atd. Pro učinění optimálních rozhodnutí je zapotřebí vlastnit úplné, objektivní a aktuální informace. V neoklasickém modelu firma touto dokonalou informací disponuje a to jí umožňuje maximalizovat zisk, realita je však diametrálně odlišná, neboť získat dokonalé informace pro podporu rozhodování je finančně a časově extrémně náročné, či naprosto nerealizovatelné.

To může v praxi vést k tomu, že i firma, která se snaží o maximalizaci zisku, toho nebude schopna dosáhnout jednoduše proto, že neví jak.

Složitá organizační struktura firmy

Výrobní a nevýrobní (prodej, výzkum atd.) procesy, které musí dnešní firma zastávat, jsou velmi komplikované. Neoklasická teorie považuje firmu za tzv. „černou skříňku“, do níž vstupují výrobní faktory a kterou opouští statky či služby, avšak už se nezabývá, jakým způsobem dochází uvnitř firmy k přeměně těchto vstupů na výstupy. Odpověď na tuto problematiku částečně poskytují behaviorální teorie, podle kterých firma postupným

adaptivním chováním zvyšuje úroveň aspirace a přibližuje se maximalizačnímu chování. Komplikovaná organizační struktura firem by tedy neměla vylučovat závěry neoklasické teorie.

Shrnutí: Výše popsané rozdíly mezi firmou, jejíž existenci předpokládá neoklasická teorie, a typickou firmou v dnešních ekonomikách, nejsou natolik významné, aby vylučovaly závěry neoklasické teorie. Výjimku tvoří nebezpečí plynoucí z toho, že v praxi firma není schopna disponovat dokonalou informací, kterou neoklasická teorie předpokládá.

II. Vysvětlují alternativní teorie chování současných firem lépe než neoklasická teorie firmy?

Manažerské teorie

Manažerské teorie firmy vznikly jako reakce na oddělení vlastnictví a kontroly v dnešních velkých firmách. Společně předpokládají, že cíle managementu jsou odlišné od cílů vlastníků. Díky existenci asymetrické informace a pasivitě drobných akcionářů jsou manažeři schopni usilovat o maximalizaci svého užitku na úkor maximalizace zisku. Zájmy vlastníků jsou v modelech zastoupeny minimální požadovanou mírou zisku a mají podobu spíše omezení, kterým se manažeři musí řídit. Manažerské modely jsou stejně jako neoklasická teorie firmy založeny na principech maximalizace a jsou podloženy matematickou a grafickou analýzou.

a) Scitovského model

Scitovského model je výchozí analýzou manažerských teorií firmy. V modelu je na základě indiferenční analýzy prokázáno, že úsilí manažerů pravděpodobně nebude odpovídat snaze o maximalizaci zisku nýbrž maximalizaci užitku.

Ambicí Scitovského modelu nebylo substituovat neoklasickou teorie firmy, nýbrž upozornit na fakt, že chování manažerů nemusí odpovídat maximalizaci zisku, to model úspěšně zvládá.

b) Baumolův model

Baumolův model je, stejně jako neoklasická teorie firmy, založen na optimalizačním přístupu. V tomto případě přináší manažerovi nejvyšší užitek maximalizace obratu. Firma maximalizuje obrat nabízením většího objemu produkce za nižší cenu než neoklasická firma. Maximalizace obratu je navíc podpořena zvýšenými výdaji na reklamu.

I zisk však hraje v modelu důležitou roli. V krátkém období zastupuje zájmy manažerů minimální požadovaná míra zisku, kterou musí manažeři zajistit. V dlouhém období slouží zisk jako nástroj k zajištění maximálního toku budoucích příjmů, což je dlouhodobý cíl manažerů.

Model nabízí popis firmy, jejímž cílem je maximalizace příjmů. Celý model je navíc doplněn o matematicko-grafickou analýzu. Pro své úzké zaměření je však vhodný spíše jako doplnění neoklasické teorie než jako její náhrada.

c) Williamsonův model

Ve Williamsonově modelu je přímo vyjádřena užitková funkce manažera, která zahrnuje výdaje na zaměstnance, diskreční zisk a vedlejší výhody manažera. Za těmito kvantifikovatelnými veličinami se skrývá touha po moci, společenském postavení, vysokém platovém ohodnocení a odměnách, tedy hlavní faktory ovlivňující motivaci dnešních manažerů. Požadavky vlastníků jsou v modelu opět zastoupeny minimální mírou zisku, kterou musí manažeři vlastníkům zajistit.

Manažeri se v modelu z hlediska objemu produkce chovají optimálně, ale z důvodů suboptimálních výdajů na zaměstnance (vyšších než při maximalizaci zisku) a existence vedlejších manažerských výhod firma nemůže dosahovat maximálního zisku.

Model věrně popisuje chování dnešních manažerů a je podložen propracovanou matematickou a grafickou analýzou. Avšak k nahrazení neoklasické teorie firmy vhodný není, protože pro velké zaměření na chování manažera opomíjí ostatní aspekty firmy.

d) Marrisův model

I v Marrisově modelu je přímo vyjádřena užitková funkce manažera, která v tomto případě zahrnuje míru růstu firmy a míru zhodnocení. Míra růstu přímo reflektuje užitek manažerů plynoucí z moci, platu, společenského postavení apod. Kdyby mohli, tak by manažeri usilovali o co nejvyšší růst, avšak v zájmu udržení své pozice ve firmě musí manažeri zajišťovat také určitou míru zhodnocení. Ta má za úkol udržet vlastníky spokojené a poskytnout firmě dostatečnou ochranu před převzetím

Výše popsané chování má za následek vyšší tempo růstu firmy, ovšem za cenu nižšího krátkodobého zisku (z důvodu vysokých investic) než v případě snahy o maximalizaci zisku. V krátkém období se tedy cíle vlastníků a manažerů neslučují, avšak je prokázáno, že v dlouhém období firma s vyšším růstem může očekávat vyšší zisk, než firma zaměřující se na maximalizaci zisku v krátkém období.

Model je podložen grafickou analýzou, avšak není kvůli své specializaci příliš vhodný pro obecný popis běžné ekonomické reality, je jej však možné uplatnit při zkoumání firem, které se zaměřují na rychlý růst.

Shrnutí: Manažerské teorie firem nemohou nahradit neoklasickou teorii firmy z důvodu úzkého pohledu na firmu, avšak jejich matematicko-grafické zpracování, které je plně

kompatibilní s neoklasickým, dělá z manažerských teorií vhodný doplněk neoklasické teorie umožňující přesnější popis firem, které neusilují a maximalizaci zisku.

Behaviorální teorie

Behaviorální teorie upozorňují na fakt, že firma není, jak neoklasická teorie předpokládá, homogenní celek, nýbrž že je souborem různých zájmových skupin, které se snaží prosadit svoje vlastní zájmy do rozhodovacích procesů firmy. Cíle firmy vzniklé na základě těchto složitých rozhodovacích procesů mají charakter omezujících podmínek určité úrovně v několika různých oblastech. Firma se snaží dosáhnout jejich uspokojivé výše, namísto maximalizace jednoho zvoleného cíle.

Simonův model

Simon ve svém modelu jako první upozornil na existenci zájmových skupin uvnitř firem, popsal jejich chování a vliv na formování cílů firmy. Simon v modelu uvádí, že člověk (a tím pádem i celé zájmové skupiny a firmy) se snaží hledat spíše uspokojující než maximální řešení. Úroveň, která bude pro daného jedince uspokojující, se odvíjí od jeho aspirací, které jsou závislé na zkušenostech.

Význam Simonova modelu spočívá ve výchozí analýze zájmových skupin firmy, na kterou další behaviorální teorie navazují.

Model Cyerta a Marche

Model se soustředí na rozhodovací procesy uvnitř velké korporace působící na nedokonalých trzích a v prostředí nejistoty. Firma je v modelu brána jako složitá organizace s mnoha rozhodovacími centry a rozsáhlým spektrem cílů, ve které působí různé zájmové skupiny.

Zájmové skupiny, které jsou v modelu rozděleny na interní a externí, mají na základě svých preferencí stanoveny odlišné cíle, které se snaží prosadit do rozhodovacích procesů firmy. Cíle firmy (v oblastech výroby, zásob, prodeje, tržního podílu a zisku) vznikají jako kompromisy na základě vyjednávání mezi skupinami a jsou formulovány do podoby omezujících podmínek, které firma musí splnit, aby došlo k uspokojení jednotlivých zájmových skupin a předešlo se tak konfliktům, které by mohly ohrozit existenci firmy.

Přínosem modelu je propracovaná analýza chování zájmových skupin uvnitř i vně firmy, jejich vliv na rozhodovací procesy, tvorbu cílů a politiku firmy. Tato analýza je podložena pouze verbální argumentací. Model dává odpovědi na to, jak vznikají rozhodnutí v moderních firmách, avšak odhlíží od ostatních aspektů teorie firmy a tudíž jej není možné použít k nahrazení neoklasické teorie.

Doylov model zón tolerance

V Doylově modelu se také na rozhodovacích procesech podílejí různé zájmové skupiny. Různé skupiny sledují s různou intenzitou jeden nebo více cílů firmy, které jsou mezi sebou často konfliktní. Přílišné zaměření na jeden či několik dílčích cílů má za následek neuspokojení představ ostatních zájmových skupin, což vede ke konfliktům, které mohou ohrozit existenci firmy. Proto se firma musí zaměřit na dosahování uspokojivé výše všech dílčích cílů; to spolu s faktem, že cíle jsou mezi sebou v konfliktu, vylučuje maximalizaci zisku.

Cílem managementu v modelu je rozšiřování tzv. zóny tolerance, která představuje kompromisy, na které jsou skupiny ochotny přistoupit.

Model analyzuje proces formování cílů uvnitř firmy, sleduje chování zájmových skupin, jejich postoje k cílům firmy a k cílům ostatních skupin. Nabízí kritéria hodnocení výkonnosti firmy. Nevýhodou je podložení teorie pouze verbální analýzou a empirickými

údaji. Dochází tak k pomíjení ostatních podstatných aspektů teorie firmy. Model tudíž není schopen nahradit neoklasickou teorií firmy.

Shrnutí: Behaviorální teorie se zaměřují a podávají přesvědčivé odpovědi v oblasti rozhodovacích procesů firmy. Tuto problematiku neoklasická teorie firmy zcela ignoruje, proto jsou behaviorální teorie přínosným doplněním moderní mikroekonomie. Avšak jejich zaměření na rozhodovací procesy a formování cílů firmy jim neumožňuje nahradit neoklasickou teorií firmy.

Wardův model zaměstnanecké firmy

Wardův model se zabývá chováním firmy, ve které jsou vlastníci současně jedinými zaměstnanci firmy. Poměrně zajímavý je fakt, že ačkoliv je firma řízena pouze vlastníky, nesleduje pro vlastníky tak typický cíl, jakým je maximalizace zisku. Namísto toho firma usiluje o maximalizaci příjmu na zaměstnance.

Z modelu vyplývá, že příjem na zaměstnance je závislý na počtu zaměstnanců firmy, mzda na příjmy na zaměstnance nemá žádný vliv. Mzda obecně je v modelu firmou ignorována a její změny nemají žádný vliv na rozhodování o množství najaté práce.

Ke změnám v počtu zaměstnanců dochází zejména v závislosti na změnách cen kapitálu (fixních nákladů) a cen produkce firmy. Dojde-li ke zvýšení ceny firemní produkce a tím při stejném objemu výroby ke zvýšení celkových příjmů firmy, bude firma reagovat propouštěním zaměstnanců (zkrácením pracovní doby), to bude mít za následek klesající průběh krátkodobé křivky nabídky firmy. Na růst ceny kapitálu firma reaguje zvýšením počtu zaměstnanců, to jí umožní zátěž způsobenou fixními náklady rozložit na více částí a napomáhá maximalizaci příjmu na zaměstnance.

Tento model nabízí matematickým a grafickým aparátem podloženou analýzu chování firmy, ve které jsou vlastníci jedinými zaměstnanci firmy. Neoklasickou teorii firmy však model kvůli své úzké specializaci není schopen zastoupit a jeho využití spočívá v roli doplňku neoklasické teorie.

Cílem diplomové práce bylo rovněž ověřit platnost hypotézy, že **alternativní teorie firmy nejsou schopny nahradit neoklasickou teorii firmy**. Tato **hypotéza byla potvrzena** na základě následujících argumentů.

- a. Manažerské teorie nemohou nahradit neoklasickou teorii firmy pro specifický pohled, kterým na firmu nahlízejí, představují však dobrou analýzu chování firem, které se neusilují o maximalizaci zisku.
- b. Behaviorální teorie nabízí propracovanou analýzu procesu formování cílů firmy a chování firmy vůbec, avšak odhlíží od ostatních aspektů teorie firmy a tudíž nemohou nahradit neoklasickou teorii firmy
- c. Wardův model zaměstnanecké firmy poskytuje velmi dobrou analýzu firmy, ve které jsou vlastníci současně jedinými zaměstnanci firmy, avšak tato charakteristika se vztahuje pouze na omezené množství firem a není možné ji aplikovat na podstatnou část dnešních prostředí. Model tudíž není schopen nahradit neoklasickou teorii firmy.

Současné alternativní teorie nabízejí řešení pro jednotlivé či několik dílčích problémů, kterými trpí neoklasická teorie firmy. Pohled alternativních teorií na firmu je však oproti komplexnímu neoklasickému řešení velmi úzký, a proto se nedá očekávat, že by v nejbližší době mohly být připraveny neoklasickou teorii zcela nahradit. Jejich úloha přesto není zanedbatelná, slouží jednak jako doplnění současné teorie firmy a zároveň upozorňují na nově vznikající fenomény, které mohou ohrozit vypovídací schopnost současné teorie firmy.

Seznam použité literatury

Citace

POŠTA, V. Manažerské modely firmy. *Politická ekonomie*. 2006, roč. 12 , č.1, s.63-84. ISSN 0032-3233.

SKÁLA, M. *Problémy současné teorie firmy* [Disertační práce]. Liberec: Technická univerzita v Liberci – Hospodářská fakulta, 2007.

SKÁLA, M. Problémy mikroekonomické teorie v 21. století. Má neoklasická mikroekonomie budoucnost? *Liberecké ekonomické Fórum 2005*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2005, s. 496-502. ISBN 80-7083-953-8.

SKÁLA, M. Jsou behaviourální teorie odpovědí na diskrepanci neoklasické teorie firmy? *Sborník prací výzkumného projektu Perspektivy ekonomického růstu Euroregionu NISA po přijetí ČR do EU*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2005, s. 64-85. ISBN 80-7372-013-2.

SKÁLA, M. Cyertův a Marchův model. Srovnání behaviourální a neoklasického přístupu k teorii firmy. *Sborník z mezinárodní konference na téma Globalizace versus regionalismus*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 2006, s. 270-276. ISBN 80-7372-088-4.

SOUKUP, J. *Mikroekonomická analýza*. 2.vyd. Slaný: Melandrium, 2001. 217 s. ISBN 80861175138.

SOUKUPOVÁ, J. *Teorie firmy*. 1.vyd. Slaný: Melandrium, 2003. 126 s. ISBN 8086175294.

SOUKUPOVÁ, J., aj. *Mikroekonomie*. 4., rozšířené vyd. Praha: Management Press, 2008. 574 s. ISBN 978-80-7261-150-8.

Bibliografie

DOYLE, P. Setting Business Objectives and Measuring Performance. *European Management Journal*. 1994, vol. 12, no. 2, pgs. 123-132. ISSN 0263-2373.

KUDERA, J. *Moderní teorie firmy*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, 2000. 167 s. ISBN 80-7169-954-3.

ORMAZABAL, K.M. *Mas-Colell, Whinston and Green versus Scitovsky on profit maximization*. [online]. Bilbo: University of the Basque Country, 2003 [cit. 2009-04-16]. Dostupný z WWW: <http://www.ehu.es/kormazabal/MasColellvsScitovsky.pdf>

SIMON, H. A., Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science. *The American Economic Review*. 1959, vol. 49, no. 3, pgs. 253-283. ISSN 0002-8282

SOJKA, M. *Dějiny ekonomických teorií*. 1.vyd. Praha: Karolinum, 2000. 298 s. ISBN 80-7184-991.